

Jenni Kurki

# **Lastenkirjasarjan ilmeen suunnittelu**

Opinnäytetyö

Kevät 2014

Liiketoiminnan ja kulttuurin yksikkö

Muotoilun koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Koulutusohjelma: Muotoilu

Suuntautumisvaihtoehto: Graafinen muotoilu

Tekijä: Jenni Kurki

Työn nimi: Lastenkirjasarjan ilmeen suunnittelu

Ohjaaja: Esa Savola, Vuokko Takala-Schreib

Vuosi: 2014

Sivumäärä: 61

Liitteiden lukumäärä: 7

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli selvittää, mitkä seikat tekevät lastenkirjasarjasta tunnistettavan ja yhtenäisen. Tutkimuksen perusteella suunniteltiin viisiosaiselle Raamattu-aiheiselle lastenkirjasarjalle yhtenäinen ja tunnistettava ilme. Työn yrittäjäyhteistyökumppanina toimi Kustannus Oy Uusi Tie, joka on kirjasarjan kustantaja. Työ painottui toiminnalliseen osuuteen eli kirjasarjan tunnuksen, kannen, elementtien, värien ja typografian suunnitteluun. Kirjasarjalle suunniteltiin myös graafinen ohjeisto, joka ohjeistaa kirjasarjan ilmeen käytössä.

Työn viitekehyksenä toimi visuaalisen identiteetin johtaminen sekä markkinointiviestintä, joita sovellettiin kirjasarjalle sopivaksi. Kirjasarjalle määriteltiin yhdessä kustantajan kanssa identiteetti, tavoiteprofiili sekä kohderyhmä. Työn teoriaosuudessa tarkasteltiin analyysin avulla lastenkirjasarjan ilmeen sekä yhtenäisyyden luomisen kannalta tärkeitä elementtejä graafisen suunnittelun näkökulmasta.

Suunnitteluprosessin aikana syntyi kolme konseptia. Wepropol-nettikyselyn ja workshopin avulla kartoitettiin ihmisten mielipiteitä ja mielikuvia konsepteista. Tulosten pohjalta lastenkirjasarjalle suunniteltiin sen identiteettiä kuvaava yhtenäinen ilme.

Avainsanat: lastenkirjallisuus, sarjakirjat, visuaalinen ilme, kansitaide, typografia

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **Thesis abstract**

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Design

Specialisation: Graphic Design

Author/s: Jenni Kurki

Title of thesis: Designing the appearance of a children's book series

Supervisor(s): Esa Savola, Vuokko Takala-Schreib

Year: 2014

Number of pages: 61

Number of appendices: 7

---

The aim of the thesis was to research what factors make children's book series consistent and recognizable. Based on the results, I designed the appearance of a book series. The partner in cooperation was Kustannus Oy Uusi Tie. The emphasis in this thesis was on designing the logo, covers, elements, colors and typography for the book series. I also designed a graphic standards manual.

The framework of the thesis was visual identity management and marketing communications. The publisher and I defined the identity, goal profile and the target group for the book series. The theory part covers an overview of graphic design in children's books.

The research methods were Wepropol Internet survey and a workshop with which I studied people's opinions and associations of the three concepts. Based on the results, I designed a consistent appearance for the children's book series.

Keywords: picture books, book series, visual identity, cover design, typography

## SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ .....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet .....	7
1 JOHDANTO .....	8
2 KUSTANNUS OY UUSI TIE.....	10
2.1 Taustaa kustantajasta .....	10
2.2 Lastenkirjasarja .....	10
2.3 Lastenkirjojen myynti.....	12
2.4 Lastenkirjojen ostajat .....	13
2.5 Suunnitteluongelma .....	14
3 KIRJASARJAN VISUAALISEN IDENTITEETIN JOHTAMINEN ....	15
3.1 Kirjasarjan tuotekuvan määrittely .....	15
3.1.1 Identiteetti .....	15
3.1.2 Imago .....	17
3.1.3 Tavoiteprofiili ja mielikuvat .....	18
3.1.4 Kirjasarjan kohderyhmä .....	19
3.1.5 Ilmeen luominen määrittelyjen pohjalta .....	20
4 LASTENKIRJAN ILME .....	21
4.1 Kannet.....	21
4.2 Kirjan nimi .....	23
4.3 Kirjasarjan nimi ja logo .....	24
4.4 Typografia .....	26
4.4.1 Kirjaintyytit ja niiden käyttökohteet .....	26
4.4.2 Typografinen kontrasti.....	28
4.4.3 Luettavuus .....	29
4.4.4 Tekstin ja kuvan integrointi.....	30
4.4.5 Taitto .....	31
4.5 Värit.....	32

4.6 Graafiset somisteet .....	34
4.7 Johtopäätökset lastenkirjan ilmeen tekijöistä .....	36
<b>5 KIRJASARJAN ILMEEN SUUNNITTELU .....</b>	<b>37</b>
5.1 Konseptien teemat .....	37
5.2 Kansivaihtoehtojen suunnittelu .....	37
5.3 Sisäsivujen taitto .....	41
5.4 Kysely ja workshop .....	47
5.4.1 Kysely .....	47
5.4.2 Workshop.....	51
5.4.3 Kyselyn ja workshopin johtopäätökset .....	55
5.5 Jatkokehittely .....	56
<b>6 MESTARIN MESSISSÄ –KIRJASARJA .....</b>	<b>59</b>
6.1 Ilmeen yhtenäisyys ja tunnistettavuus.....	59
6.2 Graafinen ohjeisto .....	60
<b>7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....</b>	<b>61</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>62</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>64</b>

## Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Imagoon vaikuttavat elementit .....	18
Kuva 2. Esimerkkejä takakansista, joissa kuva kehystää tekstiä. ....	23
Kuva 3. Esimerkkejä eri lastenkirjasarjojen logoista. ....	25
Kuvio 4. Esimerkkejä eri kirjaintyypeistä. ....	27
Kuva 5. Sylvi Kepposen kirjekaveri –kirjan typografiaa. ....	28
Kuva 6. Typografisia kontrasteja. ....	28
Kuvio 7. Groteskityyliin luettavuus. ....	30
Kuva 8. Siiri-kirjasarjan tekstin ja kuvan integrointia. ....	31
Kuva 9. Erilaisia väriharmonioita. ....	33
Kuva 10. Lastenkirjoissa käytettyjä somisteita. ....	35
Kuvio 11. Kolme erilaista kansiehdotusta. ....	40
Kuvio 12. Kolmen eri kansiehdotuksen tunnusvaihtoehdot. ....	40
Kuvio 13. Kolme erilaista leipätekstikokeilua. ....	42
Kuvio 14. Chaparral Pro -kirjaintyyppin luettavuus. ....	43
Kuvio 15. Vanha taitto. ....	45
Kuvio 16. Uusi taitto. ....	46
Kuvio 17. Vastanneiden ikähajonta. ....	48
Kuvio 18. Taustatietojen kartoitusta. ....	49
Kuvio 19. Vastaajien mielikuvia ensimmäisestä konseptista. ....	50
Kuvio 20. Teemavärit sekä otsikkokokeiluja. ....	58
 Taulukko 1. Workshopissa saatuja vastauksia eri konsepteihin. ....	 52

## Käytetyt termit ja lyhenteet

- Visual management** Yritysilmeen suunnittelu ja rakentaminen sekä ilmeen ankkuroiminen yrityksen identiteettiin, strategioihin ja visioihin (Pohjola 2003).
- Markkinointiviestintä** Yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin kohdistuvaa viestintää (Vuokko 2002). Sen tarkoituksena on saada aikaan kysyntää ja yritykseen myönteisesti vaikuttavia ilmiöitä.

# 1 JOHDANTO

Seinäjoen ammattikorkeakoulussa järjestettiin vuoden 2013 keväällä Layers-lastenkirjaprojekti. Lastenkirjaprojektin aikana minä ja luokkatoverini Pekka Kurki teimme Raamattuaiheisen lastenkirjan Yllättävät eväät, joka kertoo Jeesuksen tekemästä ruokkimisihmeestä. Kirjan erikoisuutena ovat käännettävät ekstrasivut, jotka helpottavat isolle joukolle luettavuutta ja toimivat myös kurkistusluukkuina. Lisäksi kirjassa on se erikoisuus, että raamatunkertomus esiintyy nykyaikaistetussa miljöössä. Kirja sai vuoden 2013 syksyllä kustantajakseen Kustannus Oy Uuden Tien. Kustantaja innostui ideastamme, että Yllättävät eväät -lastenkirja täydentyisi vielä neljällä muulla Jeesuksen elämää käsittelevällä kirjalla. Olemme siis tekemässä kustantajalle yhteensä viiden kirjan kirjasarjaa.

Opinnäytetyössäni tulen suunnittelemaan tälle viisiosaiselle lastenkirjasarjalle yhtenäisen ilmeen. Ilmeen suunnittelu käsittää mahdollisen logon sekä kansien ja sisäsivujen typografian, graafisten elementtien ja värien suunnittelun. Teen myös suunnitellulle ilmeelle graafisen ohjeiston, joka muun muassa ohjeistaa elementtien ja typografian käytössä. Opinnäytetyöni produktiivinen osa on luonnollista jatkoa lastenkirjaprojektille.

Opinnäytetyöni suunnitteluongelma on, mitkä asiat tekevät kirjasarjasta tunnistettavan ja yhtenäisen. Tavoitteenani on suunnitella kirjasarjalle sellainen ilme, että se palvelee myös kirjasarjan tavoitteita. Suunnitteluongelmaan pyrin saamaan mahdollisimman hyvän ratkaisun ensiksi perehtymällä aiheeseen liittyvään teoriapohjaan ja sitten soveltamalla oppimaani käytännössä. Tarkoitukseni on lähettää suunnitteluprosessin aikana kysely kohderyhmään kuuluville sekä järjestää workshop. Näiden kuluttajapalautteiden tavoitteena on kartoittaa kohderyhmään kuuluvien mielipiteitä ja mielikuvia suunnittelemistani konsepteista, sekä saada palautetta.

Lähestyn opinnäytetyöni aihetta visuaalisen identiteetin johtamisen ja markkinointiviestinnän kautta, niitä soveltaen. Yrityksen sijaan opinnäytetyössäni tarkkailun kohteena on tuote, eli tässä tapauksessa kirjasarja.



Teen opinnäytetyötäni Kustannus Oy Uusi Tien lisäksi yhteistyössä Pekka Kurjen kanssa, sillä hän vastaa kirjasarjan kuvittamisesta. Siksi käsittelenkin opinnäytetyössäni kuvitusta lastenkirjasarjassa vain pintapuolisesti. Kantta suunnitellessani ohjeistan kuvituksesta Pekalle vain kuvituskuvan integroimista tekstin kanssa. Sisäsivujen typografiaa ja elementtejä suunnitellessani ei minulla ole tarvetta ohjeistaa kuvitusta muuta kuin sen verran, että leipätekstille jää tarpeeksi tilaa sivuilla.

Aiempia lastenkirjojen taittamista ja ulkoasua käsitteleviä opinnäytetöitä on hyvin vähän, ja niissä käsitellyt sisällöt ovat suppeita. Oma opinnäytetyöni tulee ehdottomasti tuomaan lisää ammattialalle ja varmasti hyödyttämään monia lastenkirjojen, ja muidenkin kirjojen, ilmeen tekijöitä.

## **2 KUSTANNUS OY UUSI TIE**

### **2.1 Taustaa kustantajasta**

Kustannus Oy Uusi Tie on Suomen Evankelisluterilaisen Kansanlähetyksen yhteydessä toimiva kustannusosakeyhtiö (Kustannus Oy Uusi Tie, [viitattu 2.4.2014]). Se julkaisee kristillisiä kirjoja, lehtiä sekä äänitteitä. Sen liikeideana on auttaa asiakasta tavoitteisiinsa kustantamalla kannattavasti lehtiä ja kirjoja, palvelen koko Suomen herätyskristillistä kenttää. Kustantajan yhteistyökumppaneita ovat muun muassa seurakunnat, kirjailijat, toimittajat, kustantamot, kirjapainot, logistiikkayhtiöt, mediatoimistot, ATK-ohjelmistotalot ja omistajat.

Tällä hetkellä Kustannus Oy Uuden Tien kustannustoiminnasta vastaa 6 palkkalistoilla olevaa työntekijää, joista kaksi on osa-aikaisia (Häkkinen 2013b). Lisäksi kustantajalla on kaksi provisiopalkattua myyntiedustajaa. Kustannus Oy Uusi Tie tekee tällä hetkellä myös hyvää yhteistyötä esimerkiksi Päivä Osakeyhtiön kanssa ostamalla siltä muun muassa taittopalveluita. Kustannus Oy Uuden Tien kustannustoimintaa tukee myös kustannustoimikunta, joka kokoontuu noin kaksi kertaa vuodessa. Toimikunta koostuu noin kymmenestä eri alan toimijasta ja sen tarkoituksena on tuottaa ideoita ja visioida tulevaisuutta.

Kustannus Oy Uuden Tien kaiken toiminnan tavoitteena on asiakaslähtöisyys (Kustannus Oy Uusi Tie, [viitattu 2.4.2014]). Kustannusyhtiö listaa menestystekijöikseen monipuolisen, nopean, alaansa seuraavan ja asiantuntevan henkilöstön, laajan avustajaverkoston, viimeisimmän tekniikan, yhteistyön eri kristillisten liikkeiden välillä, sekä organisaation keveyden ja joustavan tiimityöskentelyn.

### **2.2 Lastenkirjasarja**

Kysyin Häkkiseltä (2014b), mikä seikka sai kustantajan lähtemään kustantamaan meidän kirjaamme. Hänen mielestään Yllättävät eväät -kirja erottui heti edukseen heille yleensä lähetetystä materiaalista. Silmiin pisti laatu ja se, että kirjan tyyppistä ryhmälukuhetkiin soveltuvaa teosta heillä ei ole. Sellaiselle olisi kysyntää. Kus-

tantajan mielestä raamatunkertomusten tuominen nykypäivään on oivaltavaa, ja kuvitus kirjassa on humoristista ja persoonallista. Myös kustantajan myyntipuolen edustajat, joilla on ensikäden tuntuma markkinoihin, totesivat heti, että kyseessä on kiinnostava tuote.

Häkkinen totesi, että heidän odotuksensa on, että kirja on tuote, joka soveltuu hyvin seurakuntamyyntiin. Se onkin kustantajalle yksi tärkeä myynnin osa-alue. Kustantaja odottaa, että tuote erottuu heidän valikoimastaan edukseen ja herättää monenlaisten asiakasryhmien kiinnostuksen. Kustantaja arvelee, että kotimaisuus voi olla myös kirjan yksi myyntivaltti. Häkkisen mielestä yhtenä potentiaalisena myyntikanavana voisivat olla alakoulut ja myös päiväkodit, joiden uskonnonopetukseen teos voisi käydä. Näin kustantajalle voisi syntyä uusia asiakkuuksia.

Laura Mäkelä (2010) on opinnäytetyössään haastatellut Suomen suurimpien lastenkirjoja kustantavien kustantamoiden kustannuspäälliköitä ja kustannustoimittajia. Kustantajien mukaan yksittäiset kirjat tuntuvat jäävän hieman sarjojen varjoon, sillä heidän mukaansa sarjat myyvät paremmin suhteessa yksittäisiin kuvakirjoihin (mts. 21). Häkkisen (2014b) mielestä lastenkirjan sarjallisuudessa on se etu, että sarjan yksittäiset tuotteet ikään kuin tukevat toisiaan. Ensimmäinen osa tekee tuotetta tunnetuksi ja näin raivaa tietä seuraaville osille. Häkkinen toteaa, että esimerkiksi jos kirjasarjan konsepti ryhmälukuhetkiin soveltuvasta kirjasta osoittautuu pidetyksi ja tarvituksi, on melko varmaa, että ensimmäinen osa vetää myös seuraavien osien myyntiä. Myynnin kannalta on tietysti aina etu, jos voidaan kaupata usean kirjan pakettia ikään kuin yhtenä tuotteena. Silloin syntyy mukavasti myyntiä yhdellä kertaa.

Kustannus Oy Uusi Tiellä on ollut aiemminkin myynnissä lastenkirjasarjoja. Esimerkiksi vuonna 2007 heillä kustannettiin Pieni raamattuhetki -kirjasarja, joka sisälsi pieniä tarinakirjoja Jeesuksen elämästä. Häkkinen muistelee, että ihan lähi-vuosina heillä ei kuitenkaan ole kustannettu sarjoja.

### 2.3 Lastenkirjojen myynti

Suuri osuus Kustannus Oy Uusi Tien kustantamista kirjoista on lastenkirjoja (Häkkinen 2013a). Vuonna 2012 kuudesta kustannetusta kirjasta kolme tai neljä oli lastenkirjoja. Aikaisempina vuosina 10–15 kustannetusta kirjasta ainakin neljä oli lastenkirjoja. Lastenkirjojen myynti on usein kustantajalle kannattavampaa, helpompaa ja riskittömämpää kuin aikuisten kirjojen myynti. Aikuisten kristillisiä kirjoja painetaan yleensä noin pari tuhatta kappaletta, kun taas lastenkirjoja jopa viisi tuhatta kappaletta.

Häkkisen (2014b) mukaan lastenkirjat myyvät yleisesti aina hyvin. Kustannus Oy Uusi Tie tekee paljon myyntiä seurakuntiin. He ostavat kustantajalta suhteellisen suuria määriä lastenkirjoja, jotka soveltuvat hyvin lahjoiksi.

Esimerkiksi Kustannus Oy Uusi Tien kustantama kirja Hyvän yön rukouksia on uusintapainatuksessa, koska sitä on mennyt hyvin kaupaksi. Kyseessä on pienille lapsille soveltuva kirja, jossa on runotyyppisiä rukouksia erilaisiin tilanteisiin. Iki-suosikki on myös kuvallinen lastenraamattu. Häkkinen muistelee, että viimeisimmästä markkinoilla olevasta versiosta on tulossa 11. painos. Kyseessä on siis klassikkotuote, jolle on jatkuva kysyntä.

Kustannus Oy Uusi Tien lastenkirjoja menee myyntiin erilaisiin kristillisiin seurakuntiin, kansanlähetyspiireihin ja kirjakauppoihin (Häkkinen 2013a). Lisäksi kirjoja ostetaan nettikaupasta. Uusi Tie -lehden mainosten kautta kirjoja ostetaan muun muassa puhelimitse. Lastenkirjoja menee myös kirjastoihin. Kustannusyhtiöllä on oma kirjakerho, johon he valikoivat tiettyjä kirjoja. Suurin osa kirjoista hankitaan Uuden Tien myyntiedustajan kautta.

Häkkisen (2014b) mukaan lastenkirjat kulkevat aika lailla samassa sesonkikierrossa kuin muutkin kirjat. Kevät ja syksy ovat myynnin kannalta tärkeitä ajankohtia. Esimerkiksi isot kauppaketjut tekevät vuoden jouluostot jo helmi–maaliskuussa. Joulumyyntikierros Kustannus Oy Uusi Tiellä tehdään kirjakaupoille ja muille asiakkaille elokuussa. Häkkinen kertoo, että jos vuotta katsoo kokonaisuutena, kevät on perinteisesti alemarkkinoiden aikaa kun taas syksyille puolestaan ladataan uutuuksia. Kustannus Oy Uusi Tien oman myynnin kannalta huippukohta on vuosit-

tain heinäkuun alussa järjestettävät Kansanlähetyspäivät, joiden aikana kustantaja tienaa merkittävän osuuden koko vuoden myynnistä.

Häkkinen kertoo, että heidän kustantamansa lastenkirjat voitaisiin jakaa ainakin neljään kategoriaan. Ensimmäiseen kategoriaan kuuluvat lastenraamatuiksi luokiteltavat teokset, joissa on Raamatun keskeisiä kertomuksia ja juonenkäännteitä lapsille sopivaan asuun kirjoitettuna ja kuvitettuna. Häkkinen kertoo, että tähän ensimmäiseen kategoriaan kuuluvia kirjoja heiltä löytyy eri ikäryhmille. Suurin osa Kustannus Oy Uusi Tien kustantamista kirjoista kuuluu ensimmäiseen kategoriaan. Toiseen kategoriaan kuuluvat puuhakirjat, jotka ovat eräänlaisia tehtävävihko-kirjoja. Niiden teemat liittyvät usein johonkin raamatunkertomukseen. Kolmannen kategorian muodostavat hartaudelliset kirjat. Näissä kirjoissa on muun muassa lapsille sopivia rukouksia tai iltatarinoiksi sopivia tekstejä kuvituksilla. Viimeisen kategorian muodostavat joulukirjat, jotka ovat nimenomaan joulusesonkiin sopivia. Joulukirjoja Kustannus Oy Uusi Tie kustantaa silloin tällöin, ei kuitenkaan vuosittain.

Meidän lastenkirjasarjamme kuuluu Häkkisen mukaan ensimmäiseen – eli pääkategoriaan. Idealtaan se tuo kuitenkin uutta Kustannus Oy Uusi Tien valikoimaan, koska kustantajalta puuttuu ryhmien lukuhetkiin soveltuva teos. Uutta kirjoissa on myös se, että niissä raamatunkertomukset kerrotaan modernissa yhteydessä.

Kustannus Oy Uusi Tiellä on Häkkisen mukaan hyvin vähän suomalaisen kirjailijan sekä kuvittajan kirjoja niihin liittyvien kalliiden tuotantokustannusten takia. Myöskään laadukasta tarjontaa ei ole tuntunut olevan erityisen paljon. Häkkinen ei muista lähivuosilta ainuttaan kotimaista tekijää lastenkirjavalikoimassaan.

## **2.4 Lastenkirjojen ostajat**

Mäkelä (2010, 21) kertoo, että kustantajien mukaan lapset ovat kuvakirjojen pääasiallisia kuluttajia, vaikka vanhemmat kirjoja heille lukevatkin. Kulutus päätöksen kuitenkin tekee aikuinen. Usein kulutus päätöksen tekijöitä ovat lapsen vanhemmat, isovanhemmat tai kummit.

Tämä tukee Päivi Häkkisen (2013a) kommenttia, jonka mukaan esimerkiksi kansanlähetyspäivillä myyntikojuilta lastenkirjoja ostaneista suurin osa oli äitejä, isovanhempia, kummeja ja tätejä. Häkkinen vielä tarkentaa, että hänen mukaansa valtaosa ostopäätöksen tekijöistä oli naisia. Tärkeän ikäryhmän muodostavat Häkkisen (2014a) mukaan suuret ikäluokat.

Kuvakirjojen ostajiin, eli aikuisiin, vetoavat seuraavat seikat: ytimekäs ja positiivinen kirjan nimi, hahmon tai tekijän tunnettuus, lapsuudesta tuttu klassikko, laatu, tuttuus kirja-arvostelusta ja/tai tv-ohjelmasta, uudet kuvitukset sekä kansikuva (Mäkelä 2010, 22). Kirjan myyntiin vaikuttava asia on laadukkuuden ja vivahteikkaan kielenkäytön lisäksi myös itse tarina.

## **2.5 Suunnitteluongelma**

Tässä opinnäytetyössä suunnitteluongelma on, mitkä asiat tekevät kirjasarjasta tunnistettavan ja yhtenäisen. Kysyin Häkkiseltä (2014b) hänen ajatuksiaan siitä, mikä merkitys on kirjan kannella sekä kirjasarjan yhtenäisyydellä ja tunnistettavuudella. Häkkisen mielestä lastenkirjan kannella on suuri merkitys, koska se luo ensimmäisen mielikuvan kirjan sisällöstä. Hän toteaa, että kansi usein ratkaisee, ottaako asiakas kirjaa ollenkaan käteensä. Joskus voi olla niinkin, että kirjan sisältö on laadukas ja hyvä, mutta kirjakauppa ei ota kirjaa myyntiin, koska kansi ei ole myyvä. Häkkinen täsmää, että lastenkirjassa visuaalisuus on erityisen tärkeää.

Häkkisen mielestä yhtenäinen ilme tekee sarjasta tunnistettavan tuotteen, ja tällöin johonkin aikaisempaan osaan mieltynyt asiakas tunnistaa ja löytää helpommin tuotteen muut osat. Häkkinen toteaa, että parhaimmillaan syntyy tavaramerkki, jota voi hyödyntää pitkään.

### **3 KIRJASARJAN VISUAALISEN IDENTITEETIN JOHTAMINEN**

#### **3.1 Kirjasarjan tuotekuvan määrittely**

Yrityskuvan muodostumisessa käytetään määritteitä imago, identiteetti ja tavoiteprofiili (Poikolainen 1994, 27, Pohjolan 2003, 20 mukaan). Identiteetti vastaa yrityksen tai tuotteen todellisuutta, profiili on vastaanottajalle lähetetty kuva ja imago on vastaanotettu kuva.

Yrityskuvan muodostumisen määrittelyä on sovellettu kirjasarjassa niin, että yrityksen sijaan tarkastellaan kirjasarjaa.

##### **3.1.1 Identiteetti**

Pohjola (2003, 20) kertoo, että Poikolaisen (1994, 27) mukaan identiteetti tarkoittaa yrityksen tai organisaation kuvaa itsestään: yrityksen tai tuotteen persoonallisuutta. Identiteetti sisältää muun muassa perusarvot, perusolettamukset, asemoinnin suhteessa ympäröiviin tekijöihin, tehtävien ja tavoitteiden määrittelyn, liikeidean, vision, strategiat ja suhtautumisen markkinoihin ja kilpailuun.

Suunniteltavalle kirjasarjalle on määritelty yhdessä kustantajan kanssa identiteetin osa-alueita sen laajuuden mukaan mikä on koettu tarpeelliseksi. Kirjasarjalle määriteltyjä identiteetin alueita ovat perusarvot ja -olettamukset, asemointi, tehtävät ja tavoitteet, visio sekä markkinat ja kilpailut.

Koska on kyseessä kristillinen lastenkirjasarja, ovat arvot hyvin tärkeitä tuotteen identiteetille. Kirjasarjan tärkein perusarvo on se, että se on uskollinen Raamatunkertomuksille. Lisäksi kirjasarjan perusarvoja ovat kunnioittavuus alkuperäistä Raamatun tekstiä kohtaan. Sarja on totuudenmukainen, eli sen tekijät eivät halua vääristellä Raamatun keskeisiä ajatuksia.

Kirjasarjan taustalla oleva perusolettamus on, että jokaisella lapsella on oikeus lukea raamatunkertomuksia. Perusolettamuksia ovat myös, että nykyaikaisuus

kuvissa tuo kertomuksen lähemmäs lasta ja että lapset pitävät lastenkirjoista, joissa on huumoria.

Kirjasarjan tehtävä ja tavoite on kertoa sanomaa Jeesuksesta. Tavoitteena on myös referoida Raamattua ymmärrettävästi tämän ajan lapsille. Lisäksi sarjan tehtävänä ja tavoitteena on toimia uskontokasvatuksen välineenä ja tavoittaa usko-vaisten lisäksi myös ei-uskovia lapsia. Lapsen viihdyttäminen on myös tavoittelemisen arvoista, joskaan ei niin tärkeää kuin aiemmin mainitut tavoitteet ja tehtävät.

Kirjasarjan visio voisi yksinkertaistettuna olla seuraava: kirjasarja on kuviltaan ja tarinaltaan sellainen, että se innostaa lapsia, ja lapset kiinnostuvat Raamatusta ja uskonasioista.

Asemoinnin määrittelyä pohtiessa tulee miettiä muun muassa sitä, miten erottautua kilpailijoista ja mistä syntyy yrityksen tai tuotteen erilaisuus ja ainutlaatuisuus (Vuokko 2002, 25). Kirjasarja asemoituu Raamattu-aiheisten kuvakirjojen joukkoon. Kirjasarja asemoituu sinne kuitenkin omana ryhmänään, sillä kirjasarjalla ei ole täysin vastaavanlaisia kilpailijoita. Kirjasarja erottuu muista sillä, että siinä keskitytään raamatunkertomuksista ainoastaan Jeesuksen elämään. Usein markkinoilla nähtävät Raamattu-aiheiset lastenkirjat käsittelevät Uuden Testamentin lisäksi myös Vanhaa Testamenttia. Aiherajauksensa lisäksi kirjasarjasta erottuvan tekee se, että se on suomalainen. Kirjasarja erottuu markkinoilla myös siksi, että siinä on lisäsivut ja sen kuvituksessa on nykyaikainen miljöö.

Markkinoilla on muutama Raamattu-aiheinen lastenkirja, joissa on otettu vaikutteita nykyajasta. Kaikki hahmot ovat kuitenkin näissäkin kirjoissa vanhanaikaisia muun muassa vaatetukseltaan. Kirjat eivät myöskään ole kuvakirjoja, vaan kuvia on harvakseltaan. Markkinoilla on melko paljon Raamattu-aiheisiä lastenkirjoja, suurimmaksi osaksi ulkomaalaisilta tekijöiltä. Markkinat ovat siinä mielessä kylläiset. Häkkinen (2014b) kuitenkin sanoo, että hän peräänkuuluttaa lastenkirjoissa laatua, ja esimerkiksi Raamattu-aiheisissä lastenkirjoissa laatu ei useinkaan ole itsestään selvää. Hänen mielestään markkinoilla on aina tilaa mietitylle, laadukkaalle ja innovatiiviselle tuotteelle.



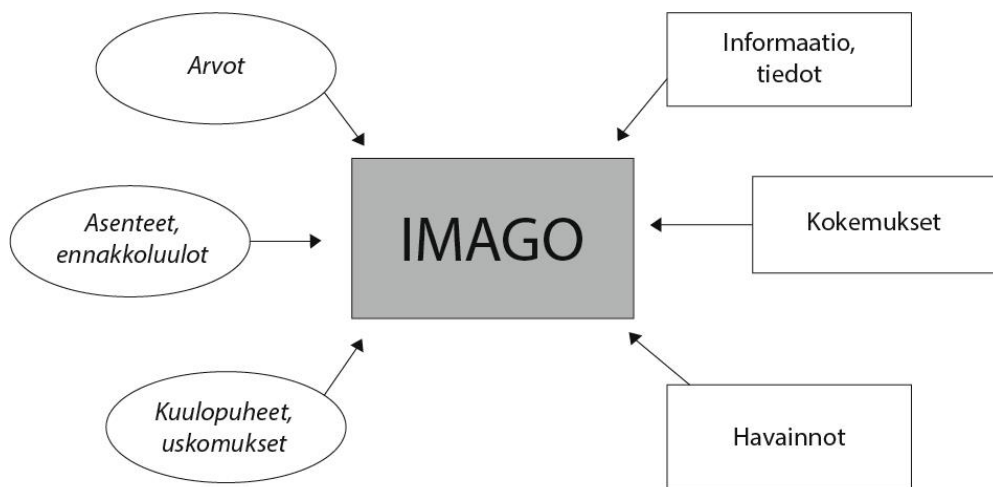
### 3.1.2 Imago

Imago on se mielikuva yrityksestä tai tuotteesta, joka on ihmisten mielissä. (Pohjola 2003, 21–23). Vuokon (2002, 105) mukaan imago voi syntyä vastaanottajan mielessä ilman omia kokemuksiakin, esimerkiksi yleistyksen tai kuulopuheen perusteella. Mielikuva vastaanottajan mielissä esimerkiksi yrityksestä syntyy, vaikka sitä ei tietoisesti loisikaan, sillä mikään taho ei pysty täysin päättämään omasta imagostaan.

Se millaisena esimerkiksi yritys nähdään, vaikuttaa henkilön ajatuksiin, asenteisiin ja myös käyttäytymiseen yritystä kohtaan (mts. 107). Jos ihmisellä on positiivinen yrityskuva, vaikuttaa se hänen alttiuteensa ostaa yrityksen tuotteita ja palveluja. Se hidastaa negatiivista asennemuutosta ja korostaa hyviä viestejä yrityksestä. Negatiivisella yrityskuvalla vaikutukset ovat päinvastaisia.

Pohjola (2003) ja Vuokko (2002) ovat käsitelleet imagon määritettä suurimmaksi osaksi yrityslähtöisesti. Lastenkirjasarjan imagosta puhuttaessa on tilanne mutkikkaampi, koska sen taustalla ei ole varsinaista yritystä, vaan kustantaja ja tekijät. Kustantajalla sekä kirjan tekijöillä on varmasti vaikutusta joidenkin vastaanottajien mielikuviin ja mielipiteisiin lastenkirjasarjasta. Niiden vaikutus imagon muodostuksessa tuskin on kuitenkaan niin suuri kuin tilanteessa, jossa tuotteen takana on sen omistava yritys. Tällöin tuotteen, tässä tapauksessa kirjasarjan, merkitys imagon luoja kasvaa.

Vuokko (2002, 108–109) kertoo, että jotkin yritykset ovat päätyneet yksittäisiä tuotteita lanseeratessaan häivyttämään yrityksen nimeä. Tästä esimerkkinä on Tuplapatukka. Tällaisissa tapauksissa rakennetaan yrityskuvan sijaan tuotekuvia, eli yrityskuva ei ole vaikuttamassa tuotteesta muodostettavaan mielikuvaan. Kirjasarjan imagoa rakennettaessa voidaan siis puhua tuotekuvasta.



Kuvio 1. Imagoon vaikuttavat elementit  
(Vuokko 2002, 111).

Imago syntyy monista elementeistä, joihin ei pysty tietoisilla keinoilla vaikuttamaan (Vuokko 2002, 111). Kuviossa ellipseillä on kuvattuna näitä tekijöitä, joita ovat arvot, asenteet ja ennakkoluulot sekä kuulopuheet ja uskomukset (Kuvio 1). Esimerkiksi kristinuskoon ennakkoluuloisesti suhtautuva tuskin ostaisi lastenkirjasarjaa, jonka arvot kumpuavat Raamatusta, vaikka hänelle kuinka asian selittäisi. Kuviossa nelikulmiolla on kuvattu asioita, joihin sen sijaan pystyy vaikuttamaan. Näitä ovat kohderyhmän tiedot ja kokemukset esimerkiksi kirjasarjasta.

### 3.1.3 Tavoiteprofiili ja mielikuvat

Pohjola (2003, 23-24) kertoo, että Poikolaisen (1994, 26) mukaan tavoiteprofiililla tai vastaavasti tavoiteimagolla tarkoitetaan sitä mielikuvaa, jonka esimerkiksi yritys haluaisi kohderyhmillään olevan itsestään. Profiili on yrityksen lähetetty kuva tai tavoitemielikuva. Se on siis tietoista, joidenkin identiteetin piirteiden tuomista esille toivottavan kuvan aikaansaamiseksi. Toisaalta profilointi on myös mielikuvallisten tavoitteiden määrittelyä toimintojen kehittämistä varten.

Yhdessä kustantajan kanssa kirjasarjalle määriteltiin identiteetin pohjalta yksittäisiä mielikuvia ja sanoja, jotka viestivät kirjasarjan tavoiteltavasta imagosta. Näitä ovat pirteä, erottuva, moderni, räväkkä, informatiivinen, rohkea, lapsekas, humo-

ristinen sekä hyödyllinen ja luotettava. Kirjasarjan mielikuviksi ei haluta sanoja halventava, parodia, halpa eikä teollinen ja kaupallinen.

Edellä mainitut tavoiteltavat mielikuvat jaettiin muutamaan selkeään teemaan. Ensimmäiseen teemaan kuuluvat sanat pirteä, lapsekas ja humoristinen. Nämä sanat nostavat lapsen tärkeään ja kunnioitettavaan asemaan ja korostavat sitä, että kirjasarja on heitä varten tehty. Toiseen kategoriaan kuuluvat sanat erottuva, räväkä, rohkea ja moderni. Nämä sanat korostavat kirjasarjan nykyaikaistusta, joka erottaa sen muista markkinoilla olevista Raamattu-aiheisista kirjoista. Kolmanteen kategoriaan kuuluvat sanat luotettava, informatiivinen, ja hyödyllinen. Nämä sanat korostavat kirjaa kasvatuksen välineenä ja viestivät arvosta, jonka mukaan kirjasarjan on tarkoitus olla Raamatulle uskollinen ja sitä kunnioittava.

### **3.1.4 Kirjasarjan kohderyhmä**

Vuokon (2002, 141–142) mukaan on tärkeää valita kohderyhmät, joille haluaa ja pitää viestiä. Tärkeänä lähtökohtana on miettiä, ketkä tuotetta ostavat, ketkä sitä käyttävät ja ketkä tuotteen ostamisesta päättävät ja miten. Kohderyhmämäärittelyssä käytetään usein hyödyksi segmentointikriteereitä. Näitä ovat demograafiset tekijät kuten ikä, sukupuoli ja perhetilanne, psykograafiset tekijät kuten arvot, tuotteen ostoon ja käyttöön liittyvät tekijät kuten ostomotiivit ja käyttötilanteet sekä käyttötarkoitukseen liittyvät tekijät kuten yksityinen koulutus. Lisäksi kriteereihin kuuluu myös involvement-aste eli korkeasti ja matalasti sitoutuneet segmentit. Vuokon mukaan segmentoinnissa käytetään yleensä hyödyksi monia ryhmiä, mutta myöskään yhden ryhmän käyttäminen ei ole tavatonta.

Kirjasarjan ilmettä suunnitellessa tulee ottaa huomioon viestinnän kohteena oleva kohderyhmä. Tässä opinnäytetyössä kohderyhmästä puhuttaessa viitataan aikuisiin, kulutuspäätöksen tekeviin ihmisiin.

Ensisijainen tavoiteltava kohderyhmä kirjasarjalla on uskovaisten perheiden lasten vanhemmat ja sukulaiset. Naiset ovat tärkeämpi kohderyhmä kuin miehet, koska kustantajan mukaan suurin osa ostospäätöksen tekevästä on naisia (Häkkinen 2013a). Etenkin keski-ikäisten naisten halutaan kiinnittävän huomiota kirjasarjaan,

sillä he ostavat kustantajan mukaan eniten lastenkirjoja. Kirjan opettavuus sekä sopivuus isolle ryhmälle kerrallaan luettavaksi mahdollistavat sen, että kirjan kohderyhmään kuuluu yksittäisten ihmisten lisäksi seurakunnan lapsityö sekä päiväkodit ja alakoulut.

Kirjasarjan toivotaan tavoittavan myös sellaisten lapsien vanhempia ja sukulaisia, jotka eivät tavallisesti osta Raamattu-aiheisia lastenkirjoja.

Kirjasarjan kohderyhmään kuuluville ihmisille on opinnäytetyön aikana lähetetty kysely sekä järjestetty workshop-tilaisuus. Niiden tarkoitus on kartoittaa heidän mielipiteitään ja ajatuksiaan konseptiehdotuksista. Tarkemmin kyselystä ja workshop-tilaisuudesta on kohdassa 5.4 Kysely ja workshop.

### **3.1.5 Ilmeen luominen määrittelyjen pohjalta**

Visuaalinen identiteetti on identiteetin näkyvä osa, jolla pystytään vaikuttamaan imagoon (Pohjola 2003, 20). Visuaaliseen ilmeen tulee pohjautua strategiaan kulmakiviin eli tässäkin luvussa aiemmin käsiteltyihin keskeisiin valintoihin, muuten suunnitellusta ilmeestä tulee epäuskottava.

Loiri ja Juholin (1998, 129) käyttävät tästä visuaalisesta identiteetistä termiä talotyyli. Se tarkoittaa yrityksen tai yhteisön valitsemaa visuaalista linjaa, jota sovelletaan sen kaikessa viestinnässä. Talotyylin tavoitteena on heidän mukaansa saavuttaa erottuva, omaleimainen linja. Sen avulla esimerkiksi yhteisölle luodaan persoonallisuus, joka helpottaa sen tunnistamista ja muistamista. Pohjolan (2003, 108) mielestä Loirin ja Juholinin talotyylin määrittely graafisen ohjelman elementteihin, kuten yritystunnukseen, väreihin ja typografiaan, on liian suppea. Kirjasarjan ilmeen suunnittelun kannalta tämä määrittely on kuitenkin aivan riittävä.

Seuraavassa luvussa käydään läpi lastenkirjoissa olevia talotyylin eli ilmeen elementtejä. Luvussa 5 kirjasarjalle luodaan oma visuaalinen ilme.

## 4 LASTENKIRJAN ILME

Genette (1997) kertoo Rättyän (2001, 178) mukaan, että tekstiin fyysisesti kuuluvia elementtejä eli esimerkiksi kansia sekä tekstiin löyhemmin sidoksissa olevia elementtejä kuten arvosteluja, kutsutaan parateksteiksi. Paratekstit voidaan vielä jakaa kahteen luokkaan. Tekstiin kiinteästi sidotut elementit ovat peritekstejä ja löyhemmin sidotut epitekstejä. Teosten kuulumisen sarjaan osoitetaan periteksteillä, kirjasarjoissa peritekstien käyttö on jo yksi lajipiirre. Tässä luvussa tullaankin käsittelemään peritekstejä, kuten kansia ja sisäsivujen typografiaa sekä näiden peritekstien yhtenäisyyttä ja tunnistettavuutta.

Peritekstejä käydään läpi erilaisin havainnollistavin lastenkirjaesimerkein. Kuvat lastenkirjoista on ottanut tämän opinnäytetyön tekijä.

### 4.1 Kannet

Kannen merkitys lastenkirjoissa on eittämättä hyvin olennainen. Sitä mieltä ovat useiden suomalaisten kustantajien lisäksi (Häkkinen 2014; Mäkelä 2010, 22) myös muut asiantuntijatahot (Lehtonen 2004, 259; Rättyä 2001, 177; Goldenberg 1993). Goldenbergin (1993) mielestä kirjan kansi on ikään kuin pieni juliste, joka välittää yhdellä silmäyksellä tarinan perusolemuksen. Monissa tapauksissa houkutteleva kansi on se, mikä ensimmäisenä saa lukijan ottamaan kirjan käteensä ja tutkimaan sitä tarkemmin. Lehtosen (2004, 258–259) mukaan hyvä kansi herättää myönteisen kiinnostuksen ja omistamishalun kirjaa kohtaan. Kansi ei jää ulkokohtaiseksi vaan syventää lukukokemusta. Monet ihmiset ostavat kirjan esimerkiksi lahjaksi tietämättä kovinkaan paljon sen sisällöstä. Näissä tapauksissa kansi ja kirjan ulkoinen olemus ratkaisevat ostopäätöksen.

Kannen kuvien ja tekstien perusteella kirja mielletään esimerkiksi lastenkirjaksi (Rättyä 2001, 177). Kannet myös vaikuttavat tulkintaan, joka kirjan sisällöstä luodaan. Jokainen lukija suhteuttaa oman tulkintansa esimerkiksi kuvittajan tekemään kuvaan.

Lastenkirjan kansi on usein olennainen osa koko kirjan kertomusta, sillä kerronta voi alkaa jo etukannesta (Nikolajeva & Scott 2006, 241). Kannen kuvan valinta taas kertoo siitä, mikä on tekijän mielestä jännittävin tai houkuttelevin kohta kirjan tarinassa. On kuitenkin perusteltua olettaa, että kirjan juonta ja konfliktia ei paljasteta kannessa (mts. 246). Usein kannen kuvaan halutaan kaikki kirjan ulottuvuudet. Se on kuitenkin mahdotonta, eikä näin synny onnistunutta lopputulosta (Lehtonen 2004, 259).

Lehtonen täsmää hyvin kannen tehtävät: ”Kannen pitää herättää huomiota, viekeitä, hurmata, informoida, huutaa, kuiskata, lohduttaa, herkistää, vahvistaa mielikuvaa, olla kirjailijan/kirjan näköinen kirjasta ja sen lajityypistä riippuen.”

Manninen (1987, 71–72 ) kertoo Mäkelän (2010, 23) mukaan, että erityisesti takakannen tekstit nousevat tärkeään asemaan ostotilanteessa. Etukannen tutkimisen jälkeen kirja käännetään ja tutkitaan takakansi. Takakannen tekstistä mahdollinen ostaja muodostaa kuvan kirjasta.

Monissa kuvakirjoissa takakansi jatkaa etukantta niin, että kannet yhdessä muodostavat kokonaisen kuvan. Takakansissa on harvoin kuitenkaan mitään tähdellisiä yksityiskohtia, jotka täydentäisivät tai toisivat ristiriitaa tarinaan (Nikolajeva & Scott 2006, 253). Tämä perustuu meidän lukemistapaamme. Kun me olemme saaneet kirjan loppuun, oletamme, että tarina on päättynyt, emmekä kiinnitä paljon huomiota takakanteen. Takakansi harvoin sisältää tekstiä, joka on osa kerrontaa tai tarinaa. Takakannen teksti on paratekstiä, eli se saattaa sisältää esimerkiksi lyhyen summauksen kirjasta tai kirjan tekijän esittelyn, suosittelun lukijan iästä ja informaatiota tekijän muista kirjoista.



Kuva 2. Esimerkkejä takakansista, joissa kuva kehystää tekstiä.

Voisi sanoa, että takakannen perustehtävänä on korostaa tekstiä, sillä parateksti on takakannen tärkein omaisuus. Siksi kuvat, joita takakansissa näkee, lähes poikkeuksetta kehystävät ja korostavat tekstiä. Hyviä esimerkkejä tästä ovat Sanna Tahvanaisen ja Sari Airolan kirja *Silva* ja teeastiasto joka otti jalat alleen sekä Anna Härmälän *Sinä et kuulu tänne*, *Beiron* -kirja (Kuva 2). *Silva*-kirjan takakannessa teekupit kehystävät tekstiä ja johtavat katseen siihen. Härmälän kirjan takakannessa päähenkilö Beiron virkkaa tekstin ympärille pitsikuviota. Pitsikuviot toimivat tekstin kehyksinä.

## 4.2 Kirjan nimi

Nikolajevan ja Scottin (2006, 242) mukaan monet empiiriset tutkimukset osoittavat, että nuoret lukijat usein valitsevat, tai vastaavasti hylkäävät, kirjan sen nimen perusteella. Kirjan nimi antaa katsojalle informaatiota muun muassa kirjan tarinasta ja lajityypistä. Kuvakirjoissa nimi voi selventää tarinaa tai vastaavasti olla ristiriidassa kerronnan kanssa (mts. 243).

Perinteisimmät kuvakirjojen nimet sisältävät päähenkilön nimen (mts. 242–243). Toinen perinteinen tapa on nimen ja lisänimen yhdistelmä, esimerkiksi H. A. Rey:n kirjoissa Vili on saanut lisänimen Utelias. On myös yleistä, että kirjan nimessä esiintyy useiden hahmojen nimet tai niiden yhteisnimitys. Henkilön nimi voidaan myös yhdistää paikkaan, kuten on tehty esimerkiksi Aino Havukaisen ja Sami Toivosen kirjassa *Tatu ja Patu päiväkodissa*. Usein kirjan nimi voi myös jollain tavalla

tehdä yhteenvedon tarinan ytimeistä. Tästä hyvä esimerkki on Lars Klintingin kirja *Kassu korjaa polkupyörän*.

Lastenkirjallisuudessa tapa käyttää päähenkilön nimeä kirjan nimessä on kerronnallinen keino. Se antaa nuorelle lukijalle suuntaa ja rehellistä informaatiota kirjan sisällöstä, sen lajista ja yleisöstä. Tytön nimi luultavasti assosioituu tyttöjen kirjaksi, kun taas pojan nimi poikien kirjaksi.

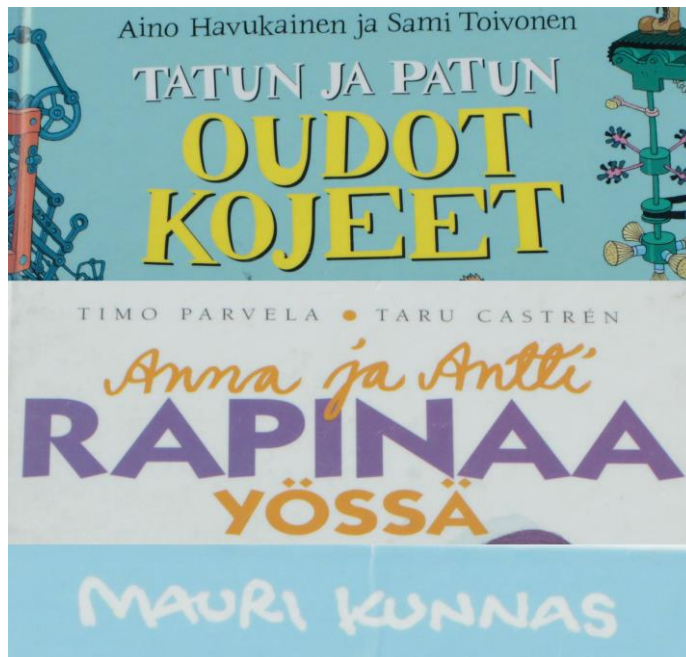
Päähenkilön nimen sijaan kirjan nimi voi sisältää tarinan keskiössä olevan esineen tai asian. Yllättävät eväät -kirjan nimi kuuluu tähän kategoriaan. Nimessä sana eväät on kirjan juonen kannalta olennainen.

### **4.3 Kirjasarjan nimi ja logo**

Liikemerkki tai symboli on yritys- tai tuotetunnuksen kuvallinen osuus, logotyyppi taas yrityksen tai tuotteen nimen kirjoitusasu (Pohjola 2003, 128). Kaikilla yrityksillä ei ole käytössä ollenkaan liikemerkkiä. Pohjolan mielestä pelkän logotyypin käytössä on se etu, että se on avoimempi ja käyttää usein peitellympiä viittauksia kuin monesti kuvituksellisempi tunnus.

Tunnukset jaotellaan kolmeen eri ryhmään niiden tehtävän mukaan (Loiri & Juholin 1998, 133). Ikoni on jotakin asiaa esittävä kuva, kun ikonia käytetään merkinä, merkki on siis sama kuin sen kohde. Indeksiksi sen sijaan on viite tai merkki. Se ikään kuin jäljittelee jonkin tapahtuman seurauksen. Esimerkiksi savu on tulen indeksi. Symboli taas on tunnus, joka edustaa jotakin asiaa. Kaikki vastaanottajat tulkitsevat sen samalla tavoin. Esimerkiksi lääketiedettä symboloivat käärme ja sauva.





Kuva 3. Esimerkkejä eri lastenkirjasarjojen logoista.

Lastenkirjasarjojen nimissä esiintyy lähes poikkeuksetta päähenkilön tai päähenkilöiden nimet. Niihin on hyvin harvoin yhdistetty merkkiä. Useimmiten kirjasarjan nimi on integroitu osaksi kirjan nimeä niin, että kirjasarjan nimessä on jopa saatettu käyttää samaa kirjaintyyppiä kuin yksittäisen kirjan nimessä. Tällöin kirjasarjan nimeä on vaikea edes mieltää varsinaiseksi logoksi. Esimerkiksi Aino Havukaisen ja Sami Toivosen Tatu ja Patu -kirjoissa nimeä on käytetty kirjan nimen yhteydessä (Kuva 3). Nimen väri, koko ja kirjoitusasu vaihtelevat kirjoittain.

Timo Parvelan ja Taru Castrénin Anna ja Antti -kirjoissa nimi toimii ikään kuin kirjan nimen pääotsikkona. Anna ja Antti -nimi ei kuitenkaan ole osa kirjan nimeä. Kirjasarjan nimi erottuu kirjan nimestä erilaisella ja erivärisellä typografialla.

Mauri Kunnaksen kaikille kirjoille on ominaista, että logona toimii tekijän nimi. Tekijän nimen käyttäminen logona on hyvä tapa silloin, kun tekijä on niin tunnettu, että jo pelkällä nimelläkin myy kirjoja.

## 4.4 Typografia

Typografia on tapa saattaa sanoma sellaiseen muotoon, että se viestii vastaanottajalle yhtä vahvasti kuin tekstin sisältö (Loiri & Juholin 1998, 32–33). Typografia tulee suunnitella vastaanottajan mukaan niin, että se noudattaa julkaisun tyyliä.

Erilaiset kirjaintyypit, kirjaimen koot ja asetellut kirjan otsikossa vaikuttavat ymmärrykseemme kirjasta (Nikolajeva & Scott 2006, 245–246). Normaalisti emme kiinnitä paljon huomiota esimerkiksi nimen taittoratkaisuun, mutta esimerkit osoittavat meille, kuinka tämä keino auttaa tähdentämään kirjan viestiä. Goldenberg (1993) vahvistaa Nikolajevan ja Scottin käsitystä toteamalla, että kirjasuunnittelu ja typografia ovat menestyksekkäimpiä silloin kun ne eivät välittömästi ole näkyviä lukijalle. Typografia on siis tavallaan näkymätöntä taidetta.

Typografia-osiossa käsitellään typografiaan liittyviä asioita kuten kirjaintyyppejä ja niiden luettavuutta, typografisia kontrasteja, typografian ja kuvan suhteita sekä taittamista.

### 4.4.1 Kirjaintyypit ja niiden käyttökohteet

Yksioikoisin tapa luokitella kirjaintyypit lienee niiden jakaminen päätteellisiin ja päätteettömiin. Näihin kategorioihin kuuluu useita kirjainluokkia, ja monet niistä muodostavat vielä omia alakategorioitaan. Antiikvat edustavat päätteellisiä kirjaimia (Itkonen 2003, 31–46). Antiikvan tunnistaa päätteiden lisäksi siitä, että niiden kirjainrunko muodostuu eripaksuisista osista (Kuvio 4). Päätteellisiä kirjaimia edustavat myös egyptienne ja clarendon (mts. 47). Molemmissa niistä on hyvin vahvat päätteet ja kirjainrungoissa ei juurikaan ole kontrastia. Groteskeiksi taas kutsutaan päätteettömiä, tasavahvoja kirjaimia (mts. 52). Kalligrafisiin kirjaintyyppeihin kuuluvat kaikki käsialaa jäljittelevät kirjaintyypit (mts. 63). Kalligrafisten kirjaintyyppien valikoima on kirjava, sillä siihen kuuluu kaikkien mahdollisten kirjoitustyylien jäljitelmiä.

antiikva      groteski      egyptienne

Baskerville

Helvetica

Rockwell

**clarendon**

Clarendon LT Std

*kalligrafinen*

Snell Rounhand LT Std

Kuvio 4. Esimerkkejä eri kirjaintyypeistä.

Typografian laadinnan kannalta tärkein asia on oikeanlaisen kirjaintyyppin valinta (Loiri ja Juholin 1998, 34). Yleensä parhaaseen lopputulokseen päästään, kun julkaisussa käytetään vain muutamaa eri kirjaintyyppiä. Typografian valintaa voidaan perustella muun muassa kirjainten tyylihistoriallisilla tekijöillä, kirjainten luomilla mielikuvilla ja tarkoitukseen sopivuudella. Lastenkirjoissa kirjaintyyppin valinta riippuu käsikirjoituksesta (Goldenberg 1993). Suunnittelijan tehtävänä on valita oikea kirjaintyyppi, joka sopii kirjan konseptiin.

Antiikvojen katsotaan yleisesti ottaen olevan koristeellisempia ja juhlavampia, kuin groteskien (Loiri ja Juholin 1998, 35). Tämä seikka yleensä ohjaakin suunnittelijaa käyttämään niitä erityyppisissä julkaisuissa.

Itkosen (2003, 65) mukaan kalligrafisten kirjaintyyppien käyttö on kliseistä ja johtaa usein huonoon lopputulokseen. Kuitenkin niiden käyttö lastenkirjoissa on hyvin yleistä ja monesti myös perusteltua. Marika Maijalan ja Juha Virran Sylvi Kepposen kirjekaveri -kirjassa kirjaintyyppinä toimii käsinkirjoitettu teksti (Kuva 5). Teksti jäljittelee lapsen käsialaa. Tekstin valinnasta tekee perustellun se, että kirjan tekemä on kirjeen kirjoittaminen.



Kuva 5. Sylvi Kepposen kirjekaveri –kirjan typografiaa.

#### 4.4.2 Typografinen kontrasti

Typografiassa tarvitaan kontrastia, sillä se luo vaihtelua ja vaihtelusta syntyy rytmi (Itkonen 2003, 81). Ilman rytmiä vastaanottajan mielenkiinto sammuu. Typografiassa tärkeimpiä kontrasteja ovat kokokontrasti, muotokontrasti, vahvuuskontrasti ja värikontrasti.



Kuva 6. Typografisia kontrasteja.

Vahvuuskontrasti syntyy rinnastamalla kirjaintyyppin kaksi eri lihavuutta, kokokontrasti taas kahden erikokoisen sanan rinnastuksena (Itkonen 2003, 81–82). Tiina Nopola ja Mervi Lindmanin Siiri-kirjojen typografiassa on käytetty hyödyksi koko- ja vahvuuskontrastia (Kuva 6). Siiri -sana on paksummalla kirjaintyyppillä ja reilusti isompi kuin sitä seuraavat sanat. Koko- ja vahvuuskontrastin avulla Siiri-sana korostuu.

Muotokontrastiin tarvitaan kaksi toisistaan poikkeavaa kirjaintyyliä, esimerkiksi antiikvan parina kursiivi (Itkonen 2003, 81). Mauri Kunnaksen Koiramäen lapset ja näkki -kirjan typografiassa on muotokontrastia: päätteelliseen kirjaintyyppiin on yhdistetty kalligrafinen kirjaintyyppi, jota on käytetty korostamaan näkki-sanaa (Kuvio 6). Kunnaksen kirjan typografiassa on käytetty hyväksi myös värikontrastia. Näkki-sana on erotettu muusta nimestä sinisellä värillä.

#### 4.4.3 Luettavuus

Kirjan taiton kannalta on erittäin merkittävää, että käytetty kirjaintyyppi on luettava. Itkosen (2003, 73) mukaan luettavuuteen kuuluu eri kirjainten ja merkkien erottuvuus toisistaan. Jokaisella merkillä tulisi olla selvästi omat piirteensä ja niiden tulisi olla helposti tunnistettavissa. Kaikki luettavuuteen liittyvät seikat eivät ole selkeitä, mutta se on varmaa, että pienaakkoset eli gemenat ovat helpompia ja nopeammin luettavia kuin suuraakkoset eli versaalit. Tämä johtuu siitä, että gemena-aakkoset eroavat toisistaan enemmän kuin versaalit.

Toisin kuin on totuttu ajattelemaan, groteskit eivät ole sen huonommin luettavampia kuin antiikvat (mts. 74). Sen sijaan, että keskittyisi vertailemaan näitä kahta luokkaa, tulisi kiinnittää huomiota erilaisiin muoto-ominaisuuksiin, kuten leveyteen, vahvuuteen, x-korkeuteen, sisätilojen kokoihin sekä kirjainten erottumiseen toisistaan. Loppujen lopuksi molempiin luokkiin kuuluu sekä hyvin että huonosti luettavia kirjaintyyppejä.

Kirjaintyyppien hahmottuvuutta voi testata peittämällä sanan alapuolen (Kuvio 7). Esimerkissä näkyy, kuinka groteskeihin kuuluvien kirjaintyyppien hahmottavuus huononee kirjaintyyppin muodon mukaan. Esimerkiksi geometrysten groteskien kirjaimet ovat hyvin samanlaisia, ja tämä tekee niistä huonosti hahmotettavia.



Kuvio 7. Groteskityylien luettavuus.  
(Itkonen 2003, 76)

Antiikvoista huonoimmin luettavia ovat kirjaintyytit, joissa viivan kontrasti on suuri, koska ne rasittavat lukijan silmää. Muita luettavuutta heikentäviä kirjaintyyppien ominaisuuksia ovat lisäksi kirjaintyytin kapeus, laihuus sekä lihavuus ja kapeus. Umpinainen kirjaintyytin muoto myös heikentää luettavuutta, sillä silloin kirjaimet ovat huonosti hahmotettavissa.

#### 4.4.4 Tekstin ja kuvan integrointi

Lastenkirjoissa selvästi yleisintä näyttää olevan, että teksti sijoitellaan kannen yläosaan sille varattuun tyhjäksi jätettyyn paikkaan. Tekstin sijoittelu kannen yläosaan näyttääkin olevan totuttu ja vakiintunut tapa. Usein kuvan ja tekstin välillä ei ole sen suurempaa integrointia eli yhtenäistämistä.



Kuva 8. Siiri-kirjasarjan tekstin ja kuvan integrointia.

Siiri-kirjan kannet ovat hyvä esimerkki kuvan ja tekstin yhtenäisyydestä (Kuva 8). Sarjan jokaisessa kirjassa kirjan nimi sijaitsee suuren kuvaelementin sisällä. Kuvaelementti, jonka sisällä teksti sijaitsee, on usein oleellinen kirjan juonen kannalta.

Joissakin lastenkirjoissa teksti on kannen hallitseva elementti ja se täyttääkin koko kannen. Tästä hyvä esimerkki on Beiron, sinä et kuulu tänne –kirjan kansi, jossa kirjan hahmo seikkailee typografian joukossa. Kansi esitellään kohdan 4.5 Värit kuvan 9. oikeassa ylälaidassa.

#### 4.4.5 Taitto

Lastenkirjan sisäsivujen taittoa miettiessä tulee kirjaintyyppin valinnan lisäksi kiinnittää huomiota palstojen leveyksiin ja vierusten suhteisiin. Itkosen (2003, 91) mukaan leipätekstin pistekoko on tavallisesti 9-12 ja sitä pienemmät koot ovat usein



vaikealukuisia. Kirjainkokoja valitessa tulee huomioida kirjaintyyppin x-korkeus. Sillä tarkoitetaan pienaakkosten korkeutta, johon ei oteta mukaan ylä- tai alapidennyksiä (x, m jne.). Mitä pienempiä nämä kirjaimet ovat suhteessa versaaaleihin, sitä pienemmältä teksti vaikuttaa.

Ihanteelliseksi rivin pituudeksi luokitellaan 55–60 merkkiä (mts. 92–93). 60 merkin jälkeen luettavuus alkaa pikkuhiljaa huonontua ja 90 merkkiä pidetään yleisenä ylärajana. Itkosen mukaan leipätekstin rivivälin tulisi olla 1–4 pistekokoa suurempi kuin kirjaimen koon. Lyhyissä riveissä riviväliä ei tarvita niin paljon. Jos kirjaintyyppin x-korkeus on keskimääräistä suurempi, tulee riviväliäkin olla hiukan enemmän.

Lastenkirjojen leipätekstissä on usein käytetty samaa kirjaintyyppiä kuin kirjan kannessa. Jos kuitenkin kannessa käytetty teksti on esimerkiksi kalligrafisella kirjaintyyppillä, on saatettu leipätekstiksi valita jokin muu kirjaintyyppi. Leipätekstin koko lastenkirjoissa on järjestäen suurempaa kuin esimerkiksi esitteiden tai muiden julkaisujen leipäteksti.

Lähinnä yksipalstaisia taittoratkaisuja koskevat klassiset vierussuhteet soveltavat seuraavaa sääntöä: Suurin on alavierus ja sitä seuraava ulkovierus (Itkonen 2003, 104–105). Ylävierus on toiseksi pienin ja sisävierus kaikista pienin. Alavieruksen tulee klassisissa vierussuhteissa olla ylävierusta isompi, sillä muuten tekstipinta näyttää vajoavan. Vierusten käyttö ei kuitenkaan ole yksiselitteistä ja niiden käyttö riippuu pitkälti taitettavan julkaisun tyypistä. Tuskinpa esimerkiksi pokkarin ja lastenkirjan taittoon pystyy soveltamaan kaikkia samoja periaatteita.

#### 4.5 Värit

Väreillä on tärkeä tehtävä lastenkirjoissa, etenkin kuvituksissa, mutta myös graafisissa elementeissä. Pohjolan (2003, 136) mukaan väri on muotoakin tärkeämpi erottelutekijä. Väreihin liittyy myös vahvoja symbolisisältöjä sekä tunteisiin liittyviä ominaisuuksia. Värejä voi käyttää yksittäin tai yhdessä muiden värien kanssa, jolloin niiden yhdistelmä aiheuttaa jännitettä ja vuorovaikutusta luoden uuden kokonaisuuden.



Wetzerin (2000, 27) mukaan oikein käytettyinä lämmin ja kylmä väri mahdollistavat monipuolisen väri-ilmaisun. Lämpimällä ja kylmällä värillä on täysin erilaiset tehtävät. Lämmin väri esimerkiksi kiihdyttää pulssia ja aktivoi, kun taas kylmä väri hidastaa pulssia ja passivoi. Kylmät värit laskevat ja supistuvat, lämpimät värit taas lähestyvät ja laajenevat. Lämpimiä värejä ovat keltainen, punainen ja oranssi ja kylmiä violetti, sininen ja vihreä. Pija Lindenbaumin Henna-kirjojen kannet perustuvat pitkälti kylmä-lämmin -asetteluun (Kuva 9). Ominaista Henna -kirjoille on se, että Henna-sana kiinnittää paljon huomiota. Kirjassa Henna hiipii piiloon, Henna nimen keltavihreä väri on kylmempi kuin taustan violetti ja kirjassa Henna ja harmaat sudet, sininen on kylmempi kuin punainen.



Kuva 9. Erilaisia väriharmonioita.

Lähiväriharmonia perustuu lähivärien kuten lämpimän keltaisen, oranssin ja punaisen, ja niiden eri valöörien ja kylläisyyksien, käyttämiseen (mts. 70). Lähivärien käytössä on se ongelma, että se tekee sommitelmasta helposti tunkkaisen. Tähän seikkaan ratkaisuna on esimerkiksi värien murtaminen. Sven Nordqvistin Hattujah-ti-kirjan kannen kuvassa ja tekstissä on käytetty lähiväriharmoniaa hyväkseen (Kuva 9). Kuva koostuu suurimmalta osin keltaisesta, oranssista ja punaisesta. Kirjan nimessä on käytetty punaista väriä niin, ettei se kovin voimakkaasti erotu oranssista taustaväristä.

Tehokas tapa käyttää värejä on valita värin kaveriksi vastaväri. Vastavärien käyttö perustuu sille, että silmä hakee itselleen värin vastaväriä. Rinnastettuina vastavärit korostavat toisiaan ja luovat harmoniaa (mts. 71). Kuitenkin vastavärien tasavahvuinen rinnastus syö väreiltä voimaa. Dynaamisin tapa käyttää vastavärejä löytyy, kun toinen väri on sivuroolissa tai toinen väreistä on esimerkiksi murrettuna sekoituksena. Sinä et kuulu tänne, Beiron -kirjan etukansi on hyvä esimerkki vastaväriharmoniaa (Kuva 9). Kannessa on käytetty vihreää kannen taustassa ja teksteissä. Vihreän vastaväriä punaista on käytetty vähän, mutta hyvin tehokkaasti kannessa olevissa kuvissa. Punaiset alueet pomppaavat kannesta esiin.

Disharmonia ärsyttää ja herättää levottomuutta, sopivina annoksina se voi jopa piristää (mts. 72). Jos sommittelulla haetaan esimerkiksi jännitystä ja kaaosmaisuutta, on disharmonian käyttö erittäin suositeltavaa. Tatu ja Patu päiväkodissa – kirjan kannessa kuva sekä graafiset elementit muodostavat disharmonian (Kuva 9). Se sopiikin erittäin hyvin kannen runsaaseen tavarapaljouteen.

Kirjasarjoissa väri voi olla vahva kirjoja yhtenäistävä elementti. Näin on esimerkiksi Tiina Nopolan ja Mervi Lindmanin Siiri-kirjoissa, joissa kirjan nimi toistuu aina punaisena (Kuva 8).

#### 4.6 Graafiset somisteet

Meggs käsittelee kirjassaan graafisia somisteita käsitteellä graafiset tukielementit (1992, 29). Hän toteaa, että toisin kuin esimerkiksi kuva ja tekstit, graafiset somisteet eivät pidä sisällään mitään tiettyä viestiä. Ne voivat kuitenkin vaikuttaa suures-

ti suunnittelun tehokkuuteen. Graafisia somisteita ovat muun muassa viivat, rajat, kuviot, muodot ja taustat. Somisteet parhaimmillaan jäsentävät tilaa, painottavat asioita ja opastavat lukijaa.



Kuva 10. Lastenkirjoissa käytettyjä somisteita.

Lastenkirjojen kansissa luultavasti käytetyin ja perinteisin graafinen somiste on etukannen vasemmassa sivussa oleva palkki, joka jatkuu kirjan selän kautta takakanteen. Joskus näkee käytettävän myös kulmakolmioita kirjan oikeanpuoleisissa nurkissa. Esimerkiksi Katarina von Numers-Ekmanin ja Christel Rönnsin kirjassa Konrad ja Kornelia on käytetty kumpaakin edellä mainittua keinoa (Kuva 10).

Kirjan nimeä näkee joskus korostettavan erillisillä väripalkeilla, ympyröillä tai muilla vastaavilla. Kati Närhen Alpi Kevätkuono ja kadonnut ystävä -kirjassa nimen yhteydessä on käytetty graafista somistetta. Tatun ja Patun Oudot kojeet -kirjassa ympyrällä on korostettu täsmentävää tietoa kirjan sisällöstä. Kirjan ala- ja yläreunassa on myös huomioväreillä muodostettu reunus.

Kuva tai sen osa voi olla ikään kuin graafisen somisteen korvike. Tästä on esimerkkinä jo aiemminkin mainittu Sinä et kuulu tänne, Beiron -kirjan takakansi (Kuva 2). Siinä kuva toimii kehyksinä tekstille. Tracey Corderoyne ja Rosalind Beardshawin kirjassa Juuri sopiva kahdelle kuvassa oleva kuu muodostaa tekstille pohjan (Kuva 10).

Lastenkirjojen kansissa graafisia somisteita käytetään hillitysti ja usein niitä ei käytetä lähes ollenkaan. Tähän voi olla selityksenä se, että lastenkirjoissa kuva ja teksti itsessään ovat jo niin vahvoja elementtejä, että somisteita ei tarvita. Somisteiden saatetaan pelätä myös vievän liikaa huomiota muun muassa kuvalta.

#### **4.7 Johtopäätökset lastenkirjan ilmeen tekijöistä**

Kirjojen kannet, etukansien lisäksi myös takakannet, ovat myynnin kannalta merkittäviä. Siksi niihin tulisikin panostaa kirjan ulkoasua suunnitellessa. Kukapa nyt haluaisi, että kirjan myynti kompastuu huonoon kanteen?

Kirjan nimellä voi kohdentaa viestinsä eri ryhmille, vaikkapa tytöille tai pojille. Kirjan nimi myös viestii kirjan sisällön kannalta tärkeää informaatiota ostajalle.

Erilaiset lastenkirjoissa olevat typografiaratkaisut ovat niin kutsuttua näkymätöntä taidetta, eikä niihin usein kiinnitetä huomiota. Silti ne tukevat vahvasti viestin perille menemistä. Lastenkirjan typografiaa suunnitellessa tulee miettiä, minkälaisen viestin sillä haluaa lähettää ja miten. Kuitenkaan typografiaratkaisu ei saisi olla liian ilmeinen ja huomattava, ettei se vie liikaa huomiota muilta tärkeiltä elementeil-  
tä, kuten kuvalta. Samaa seikkaa voidaan soveltaa graafisissa somisteissa. Niiden tehtävänä on typografian tavoin kohdentaa viestin perille menemistä. Liiallisesti käytettyinä ne kuitenkin vain heikentävät ilmettä.

Vaikka onkin olemassa käytäntöjä, kuinka esimerkiksi teksti sijoitellaan ja millaista kirjaintyyppiä käytetään kunkin tyyppisessä julkaisussa, kaikkea ei voi ennalta määritellä. Parhaaseen lopputulokseen ei voi päästä vain orjallisesti tekemällä niin kuin oppikirjoissa sanotaan. Tarvitaan omaa vaistoa, jotta voisi määritellä mikä vaikuttaa miellyttävältä tai sopivalta (Goldenberg 1993). Goldenberg toteaa, että lastenkirjojen suunnittelusta uniikin tekee se, että kaikkia sääntöjä voi tarvittaessa rikkoa.

## 5 KIRJASARJAN ILMEEN SUUNNITTELU

### 5.1 Konseptien teemat

Luvussa 3 määriteltyjä mielikuvia käytettiin kolmen suunnitellun kansikonseptin teemaniminä. Ensimmäisen konseptin mielikuvia olivat pirteä lapsekas ja humoristinen, toiseen konseptiin kuuluivat mielikuvat erottuva, räväkkä, rohkea, suomalainen ja moderni. Kolmannen konseptin mielikuvia olivat luotettava, informatiivinen ja hyödyllinen. Mielikuvat ohjasivat suunnittelemaan kolme mahdollisimman erilaisista kantta ja toimivat ikään kuin työniminä ja erilaisina painotuksina suunnitteluprosessissa.

Ensimmäiseen konseptiin haluttiin leikittelevää ja melko kokeilevaa typografiaa sekä värikkyyttä. Ensimmäisen konseptin kanssa oli siis lupa irrotella ja kokeilla. Toiseen konseptiin taas haluttiin typografiapainotteista otetta. Käytettävän kirjaintyyppin tulisi viestiä mielikuvasta moderni. Kolmannessa konseptissa haluttiin informoiva-sanan nousevan esille muun muassa infografiikalla ja voimakkaalla kirjasarjan merkin muodolla. Kaikissa konsepteissa tavoitteena oli välttää muun muassa mielikuvia halpa, teollinen ja kaupallinen.

### 5.2 Kansivaihtoehtojen suunnittelu

Yhdessä kustantajan ja Pekan kanssa kirjasarjan nimeksi valikoitui Mestarin messissä. Nimi kuvaa hyvin kirjasarjan ydintä. Mestari viittaa kirjasarjan päähenkilöön Jeeseen. Mestari-sana ei ole kuitenkaan niin ilmeinen kuin sana Jeesus. Messissä-sana antaa nimelle nykyaikaisen vivahteen, ja viestii siis yhdestä kirjan tärkeästä teemasta.

Kantta suunnitellessa on tärkeää määrittää itselleen, mikä on elementtien ja seikkojen arvojärjestys. Se on selvää, että kirjan nimi on arvojärjestyksessä ensimmäisenä. Se viestii yhdessä kuvan kanssa kirjan sisällöstä. Toiseksi tärkeimmäksi elementiksi valittiin kirjasarjan Mestarin messissä -tunnus. Se yhdistää kirjasarjan kirjat toisiinsa ja tekee kirjoista tunnistettavan. Kanteen haluttiin näiden kahden

elementin lisäksi tietenkin tekijöiden nimet ja kirjan ekstrasivuista informoivan tekstin. Nämä elementit määriteltiin aika samanarvoisiksi. Jos tekijöillä olisi nimeä, silloin niiden arvo olisi tärkeämpi kirjan etukanttakin suunnitellessa.

Yllättävät eväät -kirjalle oli aikaisemmin Layers-lastenkirjaprojektin aikana suunniteltu alustava kansi (LIITE 1). Kuva oli otettu suoraan sisäsivuilta. Kansi oli tyhjän näköinen ja typografia kannessa ei sopinut kovinkaan hyvin lastenkirjan typografiaksi. Kustantajankin mielestä kirjan kansi näytti liian tyhjältä. Näihin seikkoihin pyrittiin kiinnittämään huomiota uutta kantta suunnitellessa.

Kantta lähdettiin suunnittelemaan Mestarin messissä -tunnuksesta, sekä kirjan nimestä. Nimeä ja tunnusta suunnitellessa tuli pitää mielessä, että ne tukisivat toisiaan ja toimisivat yhteen, mutta erottuisivat myös selkeästi toisistaan. Etenkin tunnuksen tulisi erottua omaksi kokonaisuudekseen, sillä se viestii kirjan sarjallisuudesta. Lastenkirjan kannen nimen typografiaa suunnitellessa täytyi myös huomioida se seikka, että kirjaa täytyy pystyä lukemaan huomattavalta etäisyydeltä, kuten kirjakaupan näyteikkunalta tai kirjaston hyllyltä (Goldenberg 1993). Katalogeissa ja nettikaupoissa mainostettavien kirjojen kuvat ovat yleensä melko pienessä koossa. Silloinkin nimen olisi hyvä näkyä. Asiaan kiinnitettiinkin huomiota nimen typografian kokoja mietittäessä.

Pekkaa ohjeistettiin sijoittamaan Yllättävät eväät -kirjan kansikuvaan juonen kannalta olennaiset hahmot, eli Jeesuksen, pienenpienen pojan ja muutaman opetuslapsen. Häntä ohjeistettiin jättämään kuvan ala- ja yläosaan tilaa niin, että typografian voisi sijoitella kumpaan tahansa osaan kuvaa. Kuvasta tuli tehdä suhteellisen keskitetty. Kuvassa tuli olla samoja hahmoja ja miljöö kuin aiemmassa kannessa, sillä vanhalla kannella oli jo alettu markkinoida yllättävät eväät kirjaa.

Kuvaa ja tekstiä yhdistäessä tekstiä ei millään saanut toimimaan kirjan alalaidassa ruohikon päällä, kokonaisuus näytti jotenkin epätasapainoiselta ja kuvituskuva liian raskaalta. Tämä ratkaisu hylättiinkin suosiolla. Jotkin aluksi suunnitellut tunnukset toimivat hyvin yksikseen, mutta yhdistettäessä kanteen, näyttivät ne liian monimutkaisilta ja sekoittivat kokonaisuutta. Kannessa oli jo muutenkin monta elementtiä. Kirjasarjan tunnusehdotuksista pyrittiin siksi tekemään melko yksinkertaisia.

Ensimmäiseen konseptivaihtoehtoon valikoitui kalligrafinen kirjaintyyppi (Kuvio 11). Otsikossa leikkisyyttä korostettiin sijoittelemalla yksittäisiä kirjaimia eri korkeuksille. Lapsekkuutta myös korostettiin tekemällä kirjaimista maalatun näköiset. Otsikon alle sijoiteltiin niin ikään maalatun näköinen tausta. Kuvan ja tekstin yhtenäisyyttä pyrittiin luomaan sillä, että muutamat osat kuvasta ovat otsikkopalkin päällä. Tunnukseksi suunniteltiin melko simppele muoto, jonka sisällä on käsinkirjoitetun näköinen teksti (Kuvio 12). Ekstrasivusta informoivan tekstin yhteyteen sijoitettiin sivun kääntöä kuvaava nuoli.

Toiseen konseptivaihtoehdon yllättävät-sanana muodostaa egyptienne ja eväät-sanana groteski (Kuvio 11). Modernia otetta kansiehdotukseen pyrittiin luomaan yllättävät-sanana kirjainten muotojen jakamisella eri värisävyihin. Konseptiin valikoituivat myös viivaelementit, jotka rikkovat keskitettyä sommitelmaa ja luovat rytmiä. Ne ohjaavat silmää. Kuva tulee joissakin kohtaa osittain tekstin päälle. Tunnukseen suunniteltiin pieni kala-symboli (Kuvio 12). Kala on kristillisyyden symboli ja viittaa Jeesukseen. Siksi se toimii hyvin Raamattu-aiheisessa Jeesuksen elämästä kertovassa lastenkirjasarjassa. Kirjasarjassa Jeesuksen paidassa on kala, joten silläkin tavalla tunnuksen kala yhdistyy Jeesukseen. Kala on yhdistetty Mestarin-sanaan tunnuksessa. Tunnuksen sanat on jaettu kahdelle riville ja sommiteltu keskitetysti. Tunnus alkaa kannen reunasta ja sillä tavalla toimii yhtenäisenä viivaelementtien kanssa.

Kolmannessa konseptissa kirjan nimen kirjaintyyppinä on käytetty kaksivahvaa groteskia (Kuvio 11). Otsikon alla oleva puhekupla-elementti osoittaa kirjan juonen kannalta tärkeisiin eväisiin. Ekstrasivu-tekstistä koetettiin tehdä mahdollisimman informoiva sijoittamalla se kannen alanurkkaan ikään kuin sivun aukeavaksi reunaksi. Sen yhteyteen sijoitettiin myös kuva, joka havainnollistaa ekstrasivun käyttöä. Tunnuksen muoto koostuu vahvasta kalakuviosta (Kuvio 12). Se lieneekin kaikista kolmesta tunnusvaihtoehdosta hallitsevin. Mestarin messissä –nimi tunnuksessa myötäilee kalan muotoa.





Kuvio 11. Kolme erilaista kansiehdotusta.



Kuvio 12. Kolmen eri kansiehdotuksen tunnusvaihtoehdot.



### 5.3 Sisäsivujen taitto

Kirjan sivujen koko on 210x280 mm. Kirjassa on 20 sivua, joiden lisäksi siinä on myös kääntyvät ekstrasivut (LIITE 2).

Kirjan leipätekstiksi haluttiin valita eri kirjaintyyppi kuin kirjan kanteen, sillä otsikkoon hyvin sopiva kirjaintyyppi ei useinkaan toimi pidemmissä teksteissä ja on huonosti luettavaa. Taitossa haluttiin korostaa leipätekstin luettavuutta, sillä se on tärkeä etenkin kirjassa, jota saatetaan tulla käyttämään esimerkiksi uskontokasvatuksen välineenä.

Leipätekstiä suunniteltaessa tulee huomioida lastenkirjan tyyli. Mestarin messissä -lastenkirja on siinä mielessä erikoinen, että siinä kuvitus on nykyaikainen, mutta sen tekstit ovat Raamatulle uskollisia ja melko perinteisiä. Leipätekstillä voisi siis korostaa tekstin perinteisyyttä ja osoittaa kunnioitusta sille käyttämällä esimerkiksi antiikvaa. Tämä loisi mielenkiintoisen kontrastin tekstin ja kuvan välille. Toisaalta kirjan modernia otetta voisi kuvata esimerkiksi hieman arkisemmilla groteskeilla.

Esimerkissä näkyy kirjaintyyppikokeiluja, joita tehtiin taittoa varten (Kuvio 13). Ensimmäisenä kuviossa on kirjaintyyppi, joka kuuluu groteskeihin (Syntax LT Std), toisessa egyptienne (Chaparral Pro) ja kolmannessa antiikva (Minion Pro). Kaikki kolme leipätekstiin kokeiltua kirjaintyyppiä olivat luettavia, sillä niissä oli otettu huomioon esimerkiksi kirjainrungot ja kirjainten paksuudet.

**Syntax LT Std, Roman**  
**Pistekoko 13 pt**  
**Riviväli 18 pt**

Galilean ja sen naapurikuntien asukkaat olivat kuulleet hämmästyttäviä huhuja sairaita parantavasta miehestä. Eipä ollut ihmekään, että läjäpäin ihmisiä oli seurannut Jeesusta.  
 – Rauhanhäiritsijät, tuhahti Pietari itsekseen noustessaan veneestä rannalle. Hän jäi mulkoilemaan äkäisesti kansanjoukkoja, jotka olivat kerinneet paikalle ennen seuruetta.  
 – Noh, älähän nyt, kyllä sinä vielä pääset lepäämään, Jeesus rauhoitteli ja taputti Pietaria olkapäälle. Jeesus katsoi väkijoukkoa ja näki

**Chaparral Pro, regular**  
**Pistekoko 13,5 pt**  
**Riviväli 18 pt**

Galilean ja sen naapurikuntien asukkaat olivat kuulleet hämmästyttäviä huhuja sairaita parantavasta miehestä. Eipä ollut ihmekään, että läjäpäin ihmisiä oli seurannut Jeesusta.  
 – Rauhanhäiritsijät, tuhahti Pietari itsekseen noustessaan veneestä rannalle. Hän jäi mulkoilemaan äkäisesti kansanjoukkoja, jotka olivat kerinneet paikalle ennen seuruetta.  
 – Noh, älähän nyt, kyllä sinä vielä pääset lepäämään, Jeesus rauhoitteli ja taputti Pietaria olkapäälle. Jeesus katsoi väkijoukkoa

**Minion Pro, regular**  
**Pistekoko 13 pt**  
**Riviväli 17,5 pt**

Galilean ja sen naapurikuntien asukkaat olivat kuulleet hämmästyttäviä huhuja sairaita parantavasta miehestä. Eipä ollut ihmekään, että läjäpäin ihmisiä oli seurannut Jeesusta.  
 – Rauhanhäiritsijät, tuhahti Pietari itsekseen noustessaan veneestä rannalle. Hän jäi mulkoilemaan äkäisesti kansanjoukkoja, jotka olivat kerinneet paikalle ennen seuruetta. – Noh, älähän nyt, kyllä sinä vielä pääset lepäämään, Jeesus rauhoitteli ja taputti Pietaria olkapäälle.

Kuvio 13. Kolme erilaista leipätekstikokeilua.

Kokeiluista kirjan leipätekstiksi valikoitui Chaparral Pro -niminen kirjaintyyppi, joka kuuluu egyptienneihin. Chaparral Pro on antiikvaa koruttomampi kirjaintyyppi, mutta kuitenkin leikkisämmän näköinen kuin esimerkiksi groteskit. Se tekee leipätekstistä modernin näköisen.

Chaparral Pro:n luettavuus on hyvä (Kuvio 14). Se johtuu muun muassa a-, c-, e- ja s-kirjaimien avoimista muodoista (Itkonen 2003, 76). Avoimet kirjainmuodot muistuttavat vähemmän mitään toista kirjainta ja ovat siksi hahmotettavia. Kuvio hahmottaa avointa kirjainmuotoa vertailemalla Chaparral Pro -kirjaintyyppiä Helvetica Neue -kirjaintyyppiin.

# Chaparral Pro

---

Chaparral Pro -kirjaintyyppin hahmottuvuus

luettavuus

---

Avoin muoto verrattuna suljettuun muotoon

ce ce

Chaparral Pro

Helvetica Neue

---

Chaparral Pro -kirjaintyyppin muodot perustuvat humanistiseen groteskiin

ae ae  
humanistinen humanistinen

Chaparral Pro

Gill Sans

Kuvio 14. Chaparral Pro -kirjaintyyppin luettavuus.

Itkonen (2003, 49) mainitsee, että luettavuudeltaan parhaita egyptiennejä ovat sellaiset, joiden muoto perustuu humanistisiin groteskeihin. Humanististen groteskien kirjainmuodot perustuvat renessanssiantiikvojen mittasuhteisiin (mts 76). Lisäksi niissä on myös suurimmat kirjainrunkojen paksuusvaihtelut. Näistä syistä niitä pidetään parhaiten luettavina groteskeina. Kuviossa on vertailtu Chaparral Pro:n ja humanistisen groteskin Gill Sans:in kirjaimia (Kuvio 14). Vertailussa näkee, että niiden kirjainrungossa on samoja piirteitä, kuten kirjainrunkojen paksuusvaihtelut.

Yllättävät eväät kirjalle oli aiemmin tehty myös alustava taitto (Kuvio 15). Vanhas-  
sa taitossa oli käytetty Serifa Std nimistä kirjaintyyppiä. Leipätekstissä oli käytetty  
kirjaintyyppin light-leikkausta, joten kirjaimet ovat aika ohuita. Serifa Std:n kirjain-  
muodot ovat myös umpinaisia. Nämä seikat tekevät siitä huonosti luettavan. Van-  
hassa taitossa palstat olivat niin leveät, että parhaimmillaan yhdelle riville mahtui  
88 merkkiä. Myös leipätekstin pistekoko taitossa oli melko pientä. Kappaleiden  
väliin jätetyt rivit tekivät taitosta jotenkin ilmavan näköisen, mutta se on taitollisesti  
vähemmän käytetty tapa jäsentää kappaleita. Oikeaoppisempaa on sisentää uusi  
kappale tai repliikki.

Uudessa taitossa tyhjä rivi jätetään tekstikappaleiden väliin vain jos asiayhteys  
tekstissä muuttuu (Kuvio 16). Palstat suunniteltiin niin kapeiksi, että monenkaan  
rivin merkkimäärä ei ylitä 60 merkkiä. Leipätekstin koko on suurempaa kuin van-  
hassa taitossa. Uudessa leipätekstissä ei repliikkejä korosteta väreillä. Tämä pe-  
rusteltiin sillä, että värilliset repliikit saattavat riidellä kuvan kanssa ja viedä huo-  
miota siltä pois. Uudessa taitossa sisennykset auttavat katsojaa huomaamaan,  
mistä repliikki alkaa. Siksi repliikkien korostamisen katsottiin olevan turhaa ja vain  
sekoittavan taittoa.

Uuden leipätekstin riviväli on melko suuri, 4,5 pistekokoa suurempi kuin leipäteks-  
tin koko. Chaparral Pro -kirjaintyyppin x-korkeus on normaalista hieman korkeampi,  
joten sillä on perusteltu suurta riviväliä.

Tekstisivut sijaitsevat kirjan kääntyvällä sivulla. Kääntyvän sivun vasemmasta reu-  
nasta joutuu painettaessa leikkaamaan noin 10 mm pois. Sitä ei oltu vanhan taiton  
vieruksia suunniteltaessa huomioitu. Uudessa taitossa vasempaan vierukseen jätet-  
tiin enemmän tilaa juuri tästä syystä.

Galilean ja sen naapurikuntien asukkaat olivat kuulleet hämmästyttäviä huhuja sairaita parantavasta miehestä. Eipä ollut ihmekään, että läjäpäin ihmisiä oli seurannut Jeesusta.

– *Rauhanhäiritsijät*, tuhahti Pietari itsekseen noustessaan veneestä rannalle.

Hän jäi mulkoilemaan äkäsesti kansanjoukkoja, jotka olivat kerinneet paikalle ennen seuruetta.

– *Noh, älähän nyt, kyllä sinä vielä pääset lepäämään,*

Jeesus rauhoitteli ja taputti Pietaria olkapäälle.

Jeesus katsoi väkijoukkoa ja näki monia sairaita. Siellä oli syöpää sairastavia, pahasta astmasta kärsiviä, sokeita ja mykkiä, sekä halvaantuneita. Jeesuksen tuli heitä sääli, ja hän teki terveiksi kaikki, jotka tarvitsivat parantamista.

Jeesus myös opetti kansanjoukolle Jumalan valtakunnasta, Hänen rakkaudestaan ja suunnattomasta armostaan. Aika kuhui nopeasti Jeesuksen elävistä opetusta kuunnelleessa, niin mukaansatempaavaa se oli.

Serifa Std, Light  
Pistekoko: 10,5 pt  
Riviväli: 14,5 pt

a c e s

Kuvio 15. Vanha taitto.

Galilean ja sen naapurikuntien asukkaat olivat kuulleet hämmästyttäviä huhuja sairaita parantavasta miehestä. Eipä ollut ihmekään, että läjäpäin ihmisiä oli seurannut Jeesusta.

– Rauhanhäiritsijät, tuhahti Pietari itsekseen noustessaan veneestä rannalle.

Hän jäi mulkoilemaan äkäisesti kansanjoukkoja, jotka olivat kerinneet paikalle ennen seuruetta.

– Noh, alähän nyt, kyllä sinä vielä pääset lepäämään, Jeesus rauhoitteli ja taputti Pietaria olkapäälle.

Jeesus katsoi väkijoukkoa ja näki monia sairaita. Siellä oli syöpää sairastavia, pahasta astmasta kärsiviä, sokeita ja mykkiä, sekä halvaantuneita. Jeesuksen tuli heitä sääli, ja hän teki terveiksi kaikki, jotka tarvitsivat parantamista.

Jeesus myös opetti kansanjoukolle Jumalasta, Hänen rakkaudestaan ja armostaan. Aika kului nopeasti opetusta kuunnellessa, niin mukaansatempaavaa se oli.

Chaparral Pro, regular  
Pistekoko: 13 pt  
Riviväli: 17,5 pt

a c e s

Kuvio 16. Uusi taitto.

## 5.4 Kysely ja workshop

Ihmisten mielipiteitä ja ajatuksia konseptiehdotuksista kartoitettiin kyselyn ja workshop-tilaisuuden avulla. Konseptiehdotukset on esitelty aiemmin sivulla 33. Kysely toimi tutkimuksen määrällisenä ja workshop laadullisena osana.

Määrällinen tutkimus perustuu otantaan, jonka tulosten tulee päteä isoon perusjoukkoon (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 136–137). Laadullinen tutkimus sen sijaan käsittelee merkityksiä ja sitä voidaan käyttää mainiosti myös rinnakkain määrälliseen kokeen kanssa (mts. 156–158). Laadullinen tutkimus on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ja sen aineisto kootaan luonnollisissa tilanteissa. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija luottaa omiin havaintoihinsa.

### 5.4.1 Kysely

Kysely koostui kahdeksasta kysymyksestä, joista kaikki olivat monivalintakysymyksiä (LIITE 3). Kahdessa ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajan sukupuoli ja ikä. Kolmas ja neljäs kysymys kartoittivat sitä, kuinka usein vastaaja ostaa lastenkirjoja ja keille. Viidennessä kohdassa vastaajan piti valita mieluisin kansikonsepti kolmesta vaihtoehdosta ja kuudennessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin valitsemaan vaihtoehtoisista sanoista kolme parhaiten valittua kantta vastaavaa sanaa. Lisäksi kysyttiin, mistä kansiehdotuksesta tuli selvimmin esille, että kirja on osa kirjasarjaa. Viimeisenä vastaajan piti valita kolmesta logovaihtoehdosta se, joka hänen mielestään sopisi parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjasarjalle.

Kysely lähetettiin Suomen evankelisluterilaisen kansanlähetyksen (Sekl) nettisivuille sekä facebookisivuille. Lisäksi kysely lähetettiin kansanlähetyksen varhaiskasvatuksesta vastaavien sähköpostilistalle. Kyselylinkki jaettiin myös muun muassa uskovaiset nuoret -facebookisivulle, jossa ohjeistettiin kaikkia lapsiperheiden vanhempia vastaamaan kyselyyn. Kyselyä siis jaettiin lähinnä sivuille, joissa sen vastaanottivat seurakunnan toimintaan tavalla tai toisella osallistuvat ihmiset.

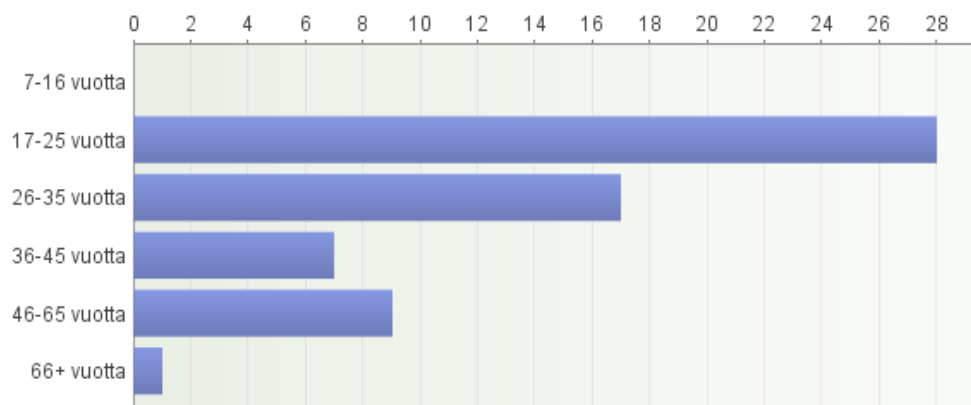
Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 62 ihmistä. Noin 84 % vastanneista oli naisia ja 16 % miehiä. Naisia oli vastanneista siis selvä enemmistö. Tämän perusteella voidaan olettaa, että lastenkirja-teema kiinnostaa enemmän naisia kuin miehiä.

45% kyselyyn vastanneista oli 17–25-vuotiaita (Kuvio 17). Seuraavaksi eniten kyselyyn olivat vastanneet 26–35-vuotiaat. 36–45-vuotiaita oli 11 % ja 46–65-vuotiaita 15% vastanneista. Yli 66-vuotiaiden vastauksia oli vain yksi. Koska suurin osa vastaajista oli nuoria, kysely ei ehkä parhaalla tavalla tavoittanut keski-ikäisistä naisista koostuvaa tärkeää kohderyhmää. Lastenkirjasarjan kohderyhmä kuitenkin sisältää myös nuoret ikäryhmät, joten tästä seikasta ei aiheutunut suurempaa vahinkoa. On hienoa huomata, että lastenkirjat kiinnostavat nuoriakin.

Kyselyä jaettiin nuoret uskovaiset -facebookisivuille ja sieltä tulikin paljon vastauksia. Siksi ikähajonnan perusteella ei voi tehdä vielä esimerkiksi oletusta, että nuoret ikäluokat olisivat tärkeämpi kohderyhmä lastenkirjasarjalle kuin esimerkiksi keski-ikäiset.

## 2. Ikä

Vastaajien määrä: 62



Kuvio 17. Vastanneiden ikähajonta.

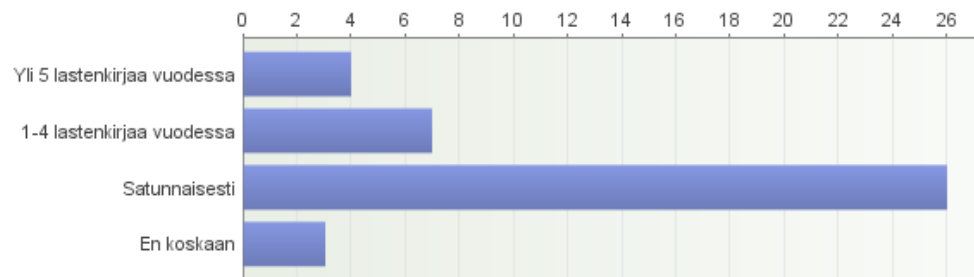
62% eli suurin osa vastaajista vastasi ostavansa lastenkirjoja satunnaisesti ja 7% vastasi, ettei osta niitä koskaan (Kuvio 18). Kysymyksessä, jossa kartoitettiin keille vastaajat ostavat lastenkirjoja, kaikkiin vaihtoehtoihin tuli melko tasaisesti vastauksia. Lapsenlapselle -vaihtoehdon oli kuitenkin valinnut vain muutama ihminen. Jotkut ihmiset olivat vastanneet ostavansa kirjoja työkäyttöön tai itselle.



Kyselyyn vastanneet miehet ostavat suunnilleen yhtä usein lastenkirjoja kuin naisetkin. Tästä ei voida kuitenkaan tehdä johtopäätöstä, että miehet ovat aktiivisia ostamaan lastenkirjoja, sillä muutama kyselyyn vastanneista miehistä tekee työtä lasten parissa ja kyselyyn vastanneita miehiä oli vain 10.

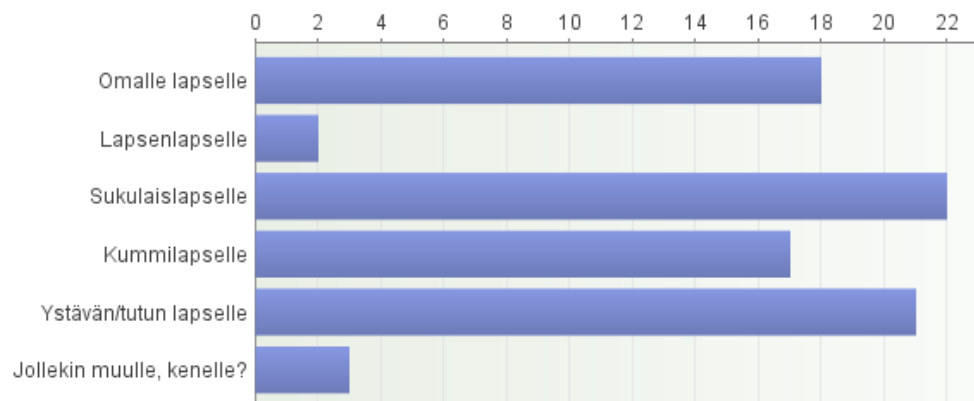
### 3. Kuinka usein ostat lastenkirjoja?

Vastaajien määrä: 40



### 4. Jos ostat lastenkirjoja, niin kenelle/keille niitä ostat? Voit valita monta vaihtoehtoa.

Vastaajien määrä: 38



#### Avoimet vastaukset

##### Jollekin muulle, kenelle?

- työhön liittyen
- Itselle, työ käyttöön
- EN TIEDÄ, OSTAN VAAN, JA ANNAN MYÖHEMMIN LAHJAKSI. OMAT LAPSET JO AIKUISIA, EI LAPSENLAPSIA.

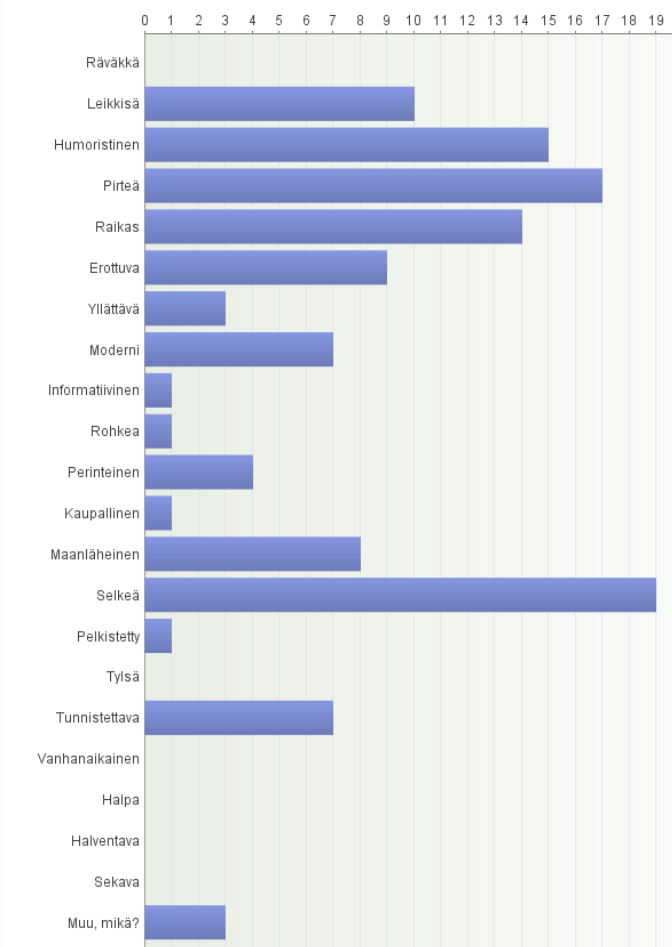
Kuvio 18. Taustatietojen kartoitusta.

Kyselyn perusteella selkeä vastaajien suosikki kansiehdotuksista oli konsepti 1. Se miellytti 64% vastaajista eniten. Toisesta konseptista eniten piti 23% ja viimeisestä konseptista 13% vastaajista.

Konseptin 1. mielikuvista sana selkeä sai eniten vastaajien ääniä, mutta sanat pirteä, humoristinen ja raikas olivat vain muutaman äänen heikompia (Kuvio 19). 7-10 ääntä saaneita mielikuvia olivat tunnistettava, moderni, maanläheinen, erottuva ja leikkisä. Selvästi negatiivisia mielikuvia ei ollut valittu. Kansiehdotus siis herätti paljon myönteisiä mielikuvia. Paljon ääniä saaneet mielikuvat kuten humoristinen, leikkisä ja pirteä myös vastasivat ensimmäiselle konseptille laadittuja tavoitemielikuvia.

6. Mitä mielikuvia valitsemasi kans (kysymys 5.) sinussa herättää? Valitse mielestäsi kolme parhaiten kannta kuvaavaa sanaa.

Vastaajien määrä: 40



Avoimet vastaukset

Muu, mikä?

- ei-vanhanaikainen
- rauhallinen
- Helposti lähestyttävä

Kuvio 19. Vastaajien mielikuvia ensimmäisestä konseptista.

46% vastaajista piti toista konseptia sellaisena, että siitä tulee parhaiten esille kirjan sarjallisuus. Konsepti 1. sai 33% ja konsepti 3. 21% äänistä. Vastausten hajonta oli siis melko suuri, eikä mitään selkeätä suosikkia noussut esiin. Siksi ei voidaakaan tehdä perusteltuja johtopäätöksiä siitä, että jokin kansista viestisi selvästi enemmän kirjasarjallisuudesta.

Tunnusehdotuksista kolmas oli 52% mielestä parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjalle sopivin. Ensimmäinen ja toinen konsepti saivat täsmälleen yhtä paljon ääniä, eli kumpikin 24%. Olettaa voisi, että kolmannen konseptin ovat ihmiset valinneet vahvan kala-symbolin perusteella.

#### **5.4.2 Workshop**

Workshop-työskentelyä käytetään tiedon jäsentämiseen ja jakamiseen (Termit, [viitattu 16.4.2014]). Se myös tuottaa uusia ideoita. Siinä tutkimusaineistoa analysoidaan käyttäjien ja muiden toimijoiden kanssa. Workshop-tilaisuudet voivat olla luonteeltaan muun muassa taustaselvityksiä, konseptien ideointia tai konseptien esittelyä sekä arviointia.

Workshop järjestettiin Kurikan vapaaseurakunnan tiloissa kuudelle ihmiselle: työpajaan osallistui yksi seitsemänkymppinen ja kuusikymppinen nainen, sekä kaksi viisikymppistä ja kolmekymppistä naista.

Osallistujia varten oli tulostettu kolme kansiehdotusta eri papereille, ja lisäksi kolme logoehdotusta yhdelle paperille (Kuvio 11 & Kuvio 12). Osallistujia ohjeistettiin kirjoittamaan post-it lapuille mielikuvia, joita eri kansikonseptit herättivät, ja myös perustelemaan vastauksensa. Lisäksi osallistujat saivat kirjoittaa jokaisesta konseptista kritiikkiä ja valita perustellen suosikkikonseptinsa. Osallistujat myös merkitsivät perustellen sen konseptin, joka heidän mielestään parhaiten viesti, että kirja on osa kirjasarjaa. Osallistujat valitsivat lisäksi oman suosikkilogonsa, sekä parhaiten Raamattu-aiheiseen lastenkirjasarjaan soveltuvan logon kolmesta vaihtoehdosta. Eri konsepteihin tulleet kommentit on tehty taulukoiksi, ja ne on esitetty seuraavilla sivuilla (Taulukko 1).

KONSEPTI 1. Mielikuvia	Kehitettävää/huonoa	Miksi suosikkisi?	Miksi viestii parhaiten sarjallisuudesta?
<p>1. Maanläheinen. Aika tavallinen. Ekstrasivut erottuva. Tunnistettava. Perinteinen.</p> <p>2. Pirteä. Humoristinen. Värikäs. Selkeä. Raikas. Moderni. Puoleensavetävä. Edustava</p> <p>3. Selkeä. Raikas. Hyvä kokonaisuus.</p> <p>5. Pirteä. Voimakas.</p> <p>6. Raikas. Lämmin värimaailma. Kotoinen. Puoleensavetävä. Tasapainoinen koska sivun ala- ja yläosassa vihreää. Otsikkopalkin tussin jälkeen muistuttava reunaviiva on leikkisä. Ekstrasivut-tekstin jälkeen oleva merkki havainnollistaa hyvin sivun kääntöä. Paras. Selkeä. Humoristinen. Erottuva. Leikkisä. Tunnistettava.</p>	<p>1. Jotain räväkkyttä lisää otsikko- ja logokohtaan.</p> <p>5. Tausta ehkä otsikossa voisi olla eri värinen. Logo kokonaan pois otsikosta.</p> <p>6. Ehkä jonkin oranssin värisen yllättävän elementin voisi lisätä tuomaan vauhtia muuten rauhalliseen tunnelmaan, esim. joku otus kipittämään nurmelle.</p>	<p>2. Selkeä ja raikas, kansi näkyy hyvin kauemmaksikin</p> <p>3. Selkeä, tekstit näkyvät hyvin.</p> <p>4. Jotenkin selkein teksti. Kiinnittää huomion.</p> <p>5. Raikas. Otsikko nousee hyvin esiin. Ekstrasivu-merkintä hyvä.</p> <p>6. Värimaailman ja otsikon rajaus tekevät tästä tasapainoisen, vetoavan ja lukemaan kutsuvan.</p>	<p>1. Logo selkeästi otsikon yhteydessä. Logo näyttää kirjasarjan nimeltä. Kansi on tavallisen kirjasarjan kannen näköinen. Voisi kuvitella, että on useammassa kirjassa.</p> <p>3. Selvästi tämä.</p>
TUNNUS 1. Suosikkitunnus		Sopii parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjalle	
<p>2. Selkeä. Fontti nykyaikainen. Kalan muotoa ei välttämättä tarvita. Kiva, kylttimäinen muoto.</p> <p>3. Selkeä. Ei kuitenkaan liian suuri.</p> <p>6. Selkeä ja siisti, hyvät värit.</p>			

KONSEPTI 2. Mielikuvia	Kehitettävää/huonoa	Miksi suosikkisi?	Miksi viestii parhaiten sarjallisuudesta?
<p>1. Silmiinpistävä otsikko. Pirteä. Räväkkä. Miellyttävä. Selkeä. Raikas.</p> <p>2. Konseptin 1. ja 3. välimuoto. Pirteä. Selkeä. Raikas. Liian vaalea.</p> <p>3. Tasapaksu.</p> <p>4. Ihmettelevät. Erilaiset.</p> <p>5. Raikas. Lämmin. Mestarin messissä -logo hyvä.</p> <p>6. Sekava, koska otsikko ei erotu. Tylsä.</p>	<p>1. En tykkää ekstrasivun viivapalkista. Otsikko voisi ehkä olla vähän pienemmällä fontilla ettei mene aivan reunoille. Lokki alemmas tai niin ettei ole erillään.</p> <p>2. Ekstrasivu-mainos huomaamaton. Mestarin messissä -logo tylsä, mutta hyvä idea.</p> <p>3. Tekijän nimet häviävät, saisi olla selkeämin.</p> <p>5. Vihreä viiva ei näytä kovin hyvältä. Lokki mielestäni liikaa, on niin paljon yksityiskohtia muutenkin.</p> <p>6. Otsikko-osio tulisi rajata reunaviivalla ja teksti ei saisi olla niin läpikuultava. Otsikolle joku vihreä taustaväri.</p>	<p>1. Erottuva. Värikäs. Pirteä. Hieno.</p>	<p>2. Tästä alkaa jostain ja jatkuu vielä jonkin.</p> <p>4. Tässä jotenkin tämä Mestarin messissä, jossa on kalan kuva.</p> <p>5. Tässä logo näkyy hyvin.</p>
TUNNUS 2. Suosikkitunnus		Sopii parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjalle	
<p>4. Kala kiva, silti selkeästi nimi esillä.</p> <p>5. Selkeä. Mestarin ensimmäinen kirjain isolla.</p>		<p>2. Kala ei liian hallitseva. Selkeä fontti, voi juostessakin lukea.</p> <p>3. Selkeä.</p> <p>4. Tämä selkeä. Kalan kuva myös näkyvissä.</p>	

KONSEPTI 3. Mielikuvia	Kehitettävää/huonoa	Miksi suosikkisi?	Miksi viestii parhaiten sarjallisuudesta?
<p>1. Hieno logo (kala). Huomaamaton lisä sivu-merkintä. Puhekupla tekee kannen vähän sekavaksi. Hieno fontti otsikossa ja hyvän kokoinen. Miellyttävä.</p> <p>2. Yllättävä. Hauska. Nykyaikainen. Pelkistetty. Lisä sivut maininta selkeä.</p> <p>3. Vähän hajanainen.</p> <p>5. Selkeä. Erottuva. Lisä sivut merkintä huomaamaton.</p> <p>6. Kaupallinen, koska otsikko-osio erottuu niin voimakkaasti muusta sivusta. Lisä sivut-kohta muistuttaa hintalappua. Lokki ei erotu hyvin otsikko-osiosta. Rohkea. Erottuva. Tunnistettava. Pirteä. Selkeä. Modernein. Otsikko-osio sopisi tasapainoisemmin muuhun sivuun jos siinä olisi vihreää.</p>	<p>1. Puhekupla pois. Lisä sivut juttu huomaamaton. Lokki aavistuksen ylemmäs.</p> <p>2. Mestarin messissä liian huomaamaton.</p> <p>3. Kalan kuva voi hämätä, vaikka uskovat tietävät mikä se on. Mitä tuo lisä sivu tarkoittaa? Se on huomaamaton.</p> <p>5. Lisä sivu -merkintä huomaamaton.</p> <p>6. Jos otsikko-osio olisi rajattu pienemmäksi reunoilta, se voisi toimia valkoisena hyvin. Kun kannen reuna loppuu ylhäällä ilman reunaviivaa, tulee yläosasta jotenkin ahdistavan raskas ja painava. Taivas ylhäältä näkyviin.</p>		<p>6. Tämä, koska kirjasarjan logo on kalan muotoinen ja siten mieleenpainuva ja helposti tunnistettava.</p>
TUNNUS 3. Suosikkitunnus		Sopii parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjalle	
<p>1. Kala. Helposti vastaanotettavan näköinen. Ei pelottava.</p>		<p>1. Pehmeisen ja miellyttävän oloinen. Kalan symbolinen arvo on lastenkirjaan tosi hyvä.</p> <p>5. Hauska muoto.</p> <p>6. Tämä, koska kala on kristillinen symboli ja kuvaa sisältöä.</p>	

Taulukko 1. Workshopissa saatuja vastauksia eri konsepteihin.

**Konsepti 1.** Viisi naista piti eniten konseptista numero 1. Moni osallistuja korosti sitä, että piti konseptia parhaana, koska sen otsikko oli selkeä ja näkyvä. Se näkyy kauemmaksikin. Sitä pidettiin myös selkeänä ja raikkaana.

Kansi herätti pääosin positiivisia mielikuvia. Monen lapussa mainittiin humoristisuus, pirteys, tunnistettavuus ja huomion herättävyys. Yhden osallistujan mielestä kansi oli aika tavallinen ja perinteinen. Kolme kiinnitti huomiota ekstrasivu-merkintään, ja kommentoi sen olevan havainnollistava ja erottuva.

Muutaman osallistujan mielestä kanteen voisi vielä lisätä jonkin huomionherättäjän ja vähän lisää räväkkyyttä. Yhden osallistujan mielestä otsikon tausta voisi olla erivärinen, ja tunnus pitäisi ottaa kokonaan pois otsikon yhteydestä.

Kaksi osallistujaa piti konseptia 1 parhaiten kirjasarjan osan näköisenä. Kumpikin heistä perusteli sitä logolla ja otsikolla. Toinen heistä kommentoi, että tunnus on selkeästi otsikon yhteydessä, ja sen näköinen, että on kirjasarjan tunnus. Lisäksi

hän kommentoi, että voisi kuvitella tunnuksen ja otsikon olevan useammassa kirjassa. Hänen mielestään kansi oli tavallisen kirjasarjan kannen näköinen.

**Konsepti 2.** Konsepti 2 oli yhden osallistujan mielestä paras. Hän perusteli sitä sillä, että hänen mielestään kansi oli erottuva, värikäs, pirteä ja hieno.

Muutaman ihmisen mielestä konseptiehdotus oli raikas ja pirteä. Yhden osallistujan mielestä kansi oli tasapaksu ja liian vaalea. Kantta kuvailtiin myös tylsäksi. Tätä perusteltiin sillä, että otsikko ei erotu, ja siksi kansiehdotus oli myös sekava.

Muutaman osallistujan mielestä lisäsivun viivaelementti oli huono. Yksi heistä kommentoi, että se on huomaamaton. Otsikolle ehdotettiin myös taustaväriä, sekä pienempää fonttikokoa. Yksi osallistujista kommentoi, että tekijän nimi häviää ja se saisi olla selkeämmin kannessa.

Kolmen osallistujan mielestä konseptista tuli parhaiten esille, että kirja on osa kirjasarjaa. He perustelivat tätä sillä, että kannessa tunnus erottuu selkeästi muusta kokonaisuudesta.

**Konsepti 3.** Viimeinen konseptiehdotus ei ollut kenenkään osallistujan lempikansi. Muutama osallistuja kommentoi sen olevan moderni ja erottuva.

Muutama osallistuja kirjoitti kokonaisuuden olevan vähän hajanainen ja sekava. Yksi osallistujista piti kantta kaupallisena, koska hänen mielestään otsikko-osio erottui niin voimakkaasti muusta kokonaisuudesta. Otsikko-osion iso puhekupla teki hänen mielestään kannen yläosasta ahdistavan raskaan ja painavan, hän ehdottikin että puhekuplaa pienentäisi. Yksi osallistujista ehdotti puhekuplan poistamista kokonaan. Ekstra-sivu merkintä oli kolmen osallistujan mielestä liian huomaamaton ja yhden osallistujan mielestä se muistutti hintalappua. Yksi osallistujista piti merkintää kuitenkin selkeänä.

Yhden osallistujan mielestä kolmannesta konseptista tuli selkeimmin esille, että kirja on osa kirjasarjaa. Tätä hän perusteli sillä, että kirjasarjan logo on kalan muotoinen ja siten mieleenpainuva sekä helposti tunnistettava.

**Tunnusehdotukset.** Workshopissa kyseltiin tunnuksista vielä niin, että ne oli irrotettu kansikonsepteista omiksi kokonaisuuksiksi. Osallistujien tuli valita henkilökoh-

tainen suosikki sekä heidän mielestään parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjasarjalle sopiva tunnus.

Ensimmäinen ehdotus oli kolmen ihmisen suosikki. Kaikki perustelivat valintaansa sillä, että tunnus oli selkeä. Yksi osallistujista piti tunnuksen väreistä. Fonttia kommentoitiin nykyaikaiseksi. Pohjan muoto toi yhden tunnusta suosikkinaan pitäneen mieleen kyltin. Kukaan osallistujista ei pitänyt tunnusta parhaana vaihtoehtona Raamattu-aiheiselle lastenkirjasarjalle.

Toinen tunnusehdotus oli kahden osallistujan suosikki. Hekin kommentoivat tunnuksen olevan selkeä. Toinen heistä kehui tunnuksessa olevaa kalaa. Kolmen osallistujan mielestä tunnus sopi parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjasarjalle. Heidän mielestään tunnus oli selkeä ja teksti helposti luettava. Kala oli vastaajien mielestä hyvä, eikä ollut liian suuri.

Kolmas tunnusehdotus oli yhden ihmisen suosikki. Tätä hän perusteli sillä, että tunnus oli pehmoisen ja miellyttävän oloinen. Hän myös kommentoi, että kalan symbolinen arvo lastenkirjaan on tosi hyvä. Kolmen osallistujan mielestä ehdotus sopii parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjasarjalle. Kaikki perustelivat valintaansa sillä, että tunnuksessa on kala. Yksi osallistujista kommentoi myös, että tunnus on helposti vastaanotettavan näköinen.

Yleistäen voisi sanoa, että ensimmäisestä konseptista osallistujilla oli eniten hyvää ja vähiten negatiivista sanomista. Suurin osa osallistujista myös piti ensimmäisestä konseptista eniten. Toisesta ja kolmannesta konseptista tuli esille suurin piirtein saman verran kritiikkiä.

#### **5.4.3 Kyselyn ja workshopin johtopäätökset**

Kyselyn ja workshopin tuloksista voi olettaa, että ensimmäisessä konseptissa on parhaat elementit jatkokehittelyyn. Siinä käytettyä tunnusta ei kuitenkaan pidetty parhaiten Raamattu-aiheiseen lastenkirjaan sopivana tunnukseksi. Eniten ääniä sai sen sijaan kolmas tunnusehdotus, jossa oli käytetty kala-symbolia.

Kirjan sarjallisuudesta selkeimmin viestivän kannen valinta jakoi sekä kyselyssä että workshopissa mielipiteitä, eikä mikään kansista noussut ehdottomaksi suosikiksi. Tämä kertoo luultavasti siitä, ettei mikään konsepteista erityisen vahvasti erottunut muita sarjallisemmaksi.

## 5.5 Jatkokehittely

Ensimmäinen konseptin oli kyselyn ja workshopin perusteella ihmisten suosikki. Myös kustantaja piti sitä parhaana vaihtoehtona. Ensimmäisen konseptin pohjalta jatkettiin jatkokehittelyä. Tunnukseen valikoitui luettavampi ja näkyvämpi kirjaintyyppi, jota oli käytetty konseptin 2 tunnuksessa. Tunnukseen liitettiin kala sanojen mestarin ja messissä väliin. Sellaisia tunnuksia joissa oli kala, oli pidetty paremmin Raamattu-aiheiseen lastenkirjasarjaan sopivana kuin sellaista, jossa sitä ei ollut. Kustantajan mielestä kala tekee tunnuksesta logomaisemman.

Kanteen (LIITE 4) tehtiin vielä uudelleen kuvitus, sillä ensimmäisen kansikonseptin palkin ja kahden hahmon väliin jäi epämääräinen tyhjä tila. Uusi kuva suunniteltiin niin, että Jeesus pitää eväitä korkealla ilmassa otsikkopalkin päällä. V-kirjain toimii osoittimena, joka suuntaa huomion eväisiin. Lokillekin saatiin parempi funktio kannessa, kun kuvassa näyttää siltä, että lokki olisi lentämässä nappaamaan eväät.

Paljon muuta muutosta ei kannelle tehtykään, sillä esimerkiksi workshopissa ekstra-sivusta informoiva teksti ja siinä oleva elementti olivat saaneet paljon hyvää palautetta. Kannen nimiötä pidettiin hyvin erottuvana. Kannen typografiat pysyivät samana, eli teksteissä käytetään Rum Raisin -kirjaintyyppiä.

Takakansista suunniteltiin sellaiset, että ne korostavat siinä olevaa tekstiä (LIITE 5). Teksti sijoiteltiin samantyylliseen palkkiin kuin mitä käytetään etukannen otsikossa. Palkista tehtiin vaaleankeltainen, jotta siinä oleva musta teksti erottuisi hyvin. Valkoinen pohja palkissa oli liian hallitseva. Yllättävät eväät -kirjan takakanteen valikoitui kuva eväistä. Ne eivät vie liikaa huomiota itse tekstiltä, sillä kuva on sijoiteltuna tekstipalkin alalaitaan niin, että se on ikään kuin kehyksen osa.



Sisäsivuille leipätekstin kaveriksi valikoitui sama kirjaintyyppi, jota käytetään kirjan kannen typografiassa (LIITE 6). Kirjaintyyppiä käytetään sisäsivuilla muun muassa otsikoissa. Sitä käytetään myös leipätekstin alussa olevassa anfangissa.

Kirjasarjan jokaiselle osalle tuli suunnitella värikoodit, jotta yksittäinen kirja erottuisi muista kirjasarjan osista. Värikoodit esiintyvät suurimpina väripintoina kannen otsikkopalkissa ja takakannessa. Teemavärejä käytetään myös sisäsivuilla muun muassa otsikoissa ja anfangissa.

Yllättävät eväät -kirjan teemaväriksi valikoitui turkoosinvihreä. Kirjassa hahmot seikkailevat luonnon keskellä maanläheisissä oloissa, joten teemaväri valikoitui näiden assosiaatioiden pohjalta. Kirjasarjan osassa, joka kertoo Jeesuksen syntymästä, teemaväriksi valittiin oranssi. Oranssin värin luonne on loistava ja juhlallinen (Wetzer 2000, 92). Se viestiikin kirjasarjan kannessa kuninkaan syntymästä ja tuo hauskan ristiriidan tekeillä olevan kannen kuvaan, jossa kuningas on koruttomassa tallissa. Jeesuksen toiminnan aloittamisesta kertovassa kirjoissa vesi on keskeinen teema, siksi tämän kirjasarjan kirjan teemaväriksi valittiin sininen. Jeesuksen vertauksista kertovassa kirjassa keskeisenä teemana on katumus, ja väriteemaksi valikoitui violetti. Violetti assosioituukin sanoihin katumus ja parannus (Wetzer 2000, 95). Jeesuksen kuolemaa käsittelevän kirjan teemaväriksi valittiin perustellusti punainen. Punaisesta väristä tulee mieleen veri. Sen toivotaan tuovan kirjaan jännittävää tunnelmaa.



Kuvio 20. Teemavärit sekä otsikkokokeiluja.

Esimerkissä näkyy valitut teemavärit sekä otsikkokokeiluja, joita on tehty kirjojen alustavilla nimillä (Kuvio 20). Teemavärin yhteydessä jokaisen kirjan otsikkopalkissa on käytetty keltaista väriä. Keltainen väri erottuu hyvin jokaisen värisestä otsikkopalkista. Se valikoituikin siksi jokaisen kirjasarjan kirjan otsikon väriksi. Kirjan kaikkien osien nimissä on kaksi sanaa. Ensimmäinen sanoista on adjektiivi ja toinen aina kirjan juoneen liittyvä sana.

## 6 MESTARIN MESSISSÄ –KIRJASARJA

### 6.1 Ilmeen yhtenäisyys ja tunnistettavuus

Mestarin messissä -kirjasarjan tunnistettavin yksittäinen graafinen elementti lienee sen tunnus, jota käytetään kirjan kannen ja nimiön lisäksi muun muassa markkinointimateriaaleissa. Tunnuksessa oleva kala viestii mahdolliselle ostajalle kirjasarjan arvopohjasta.

Värit luovat yhtenäisyyttä yksittäisten kirjojen kesken, sillä teemaväri toistuu kansien lisäksi myös esimerkiksi sisäsivujen otsikoissa. Vaikka kirjasarjan kirjojen välinen yhtenäisyys ja tunnistettavuus on tärkeää, tulee mahdollisten ostajien kuitenkin myös erottaa nopeasti kirjat toisistaan. Teemavärit takaavatkin jokaiselle kirjasarjan osalle toisistaan erottuvan ilmeen. Elementit tunnuksesta lähtien vaihtavat väriään kirjan mukaan.

Kannessa sijaitseva nimen yhteydessä oleva otsikkopalkki toistuu jokaisessa Mestarin messissä -kirjassa. Sen koko ja muoto kuitenkin vaihtelee kirjoittain, koska kirjojen nimienkin pituus vaihtelee. Tämäkin tuo kirjan kansien ilmeisiin vaihtelevuutta.

Kaikissa kirjoissa tulee olla keskitetyt kuvat, mutta ne eivät saa näyttää toistensa kopioilta, jotta kirja erottuisi toisista. Kaikissa kirjojen kansissa tulee olemaan kirjan päähenkilö Jeesus, johon tunnuksen Mestari-sanakin viittaa. Tällä tavalla Jeesuksesta tulee tunnistettava ja yhtenäisyyttä luova seikka kirjojen välillä.

Kirjasarjassa käytetään kahta kirjainperhettä. Kirjan kannen nimessä, takakannen nostoissa sekä sisäsivuilla lyhyissä teksteissä kuten otsikoissa on käytetty Rum Raisin -kirjaintyyppiä. Kirjaintyyppin luonne on leikkisä ja se sopiikin hyvin lastenkirjaan. Chaparral Pro -kirjaintyyppi toimii sen parina muun muassa leipäteksteissä ja takakannen tekstissä. Chaparral Pro tuo kirjaan modernia otetta ja toimii luettavana ja selkeänä leipätekstinä. Kirjaintyyppien johdonmukainen käyttö kirjasarjan jokaisessa osassa tekee omalta osaltaan ilmeestä yhtenäisen.

## 6.2 Graafinen ohjeisto

Pohjolan (2003, 152) mukaan ohjeistuksen kohderyhmät ovat yleensä sisäisiä kohderyhmiä tai yhteistyökumppaneita. Ohjeistuksen tarkoituksena on taata viestinnän jatkuva linja, vaikka esimerkiksi henkilöstö vaihtuisikin.

Mestarin messissä -kirjasarjan graafinen ohjeisto on ikään kuin työkalu, jonka avulla tähdätään siihen, että kirjasarjan kirjojen ilmeen yhtenäisyys ja tunnistettavuus säilyisi. Sitä voivat tarvita tekijöiden lisäksi esimerkiksi kustantajalla työskentelevät ihmiset, jotka vastaavat kirjojen markkinoinnista. Mestarin messissä -kirjasarjan graafinen ohjeisto koostuu kirjasarjan tavoitteiden määrittelystä sekä graafisten elementtien kuvauksesta ja niiden käytön ohjeistuksesta. Ohjeistettavia graafisia elementtejä Mestarin messissä -kirjasarjassa ovat tunnuksen lisäksi teemavärit, somisteet ja typografia. Lisäksi graafisessa ohjeistossa on neuvottu kuvan käyttö kannessa. Graafinen ohjeisto tehdään sähköiseen muotoon, jolloin se on helposti muun muassa kustantajan saatavilla.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Lastenkirjasarjan ilmeen tekeminen opinnäytetyönä mahdollisti kunnollisen paneutumisen aiheeseen. Muutoin olisin joutunut suunnittelemaan ilmeen omalla ajallani opinnäytetyön ohessa, ja se olisi taatusti näkynyt lopputuloksessa. Opinnäytetyön tekemisen ajankohta oli Yllättävät eväät -kirjan kannalta juuri sopiva, sillä kirja menee heti huhtikuun lopulla painoon.

Aloitin produktiivisen osan tekemisen melko aikaisessa vaiheessa ja pysyin suhteellisen hyvin aikataulussa. Olin päättänyt, että kirjassa panostan erityisesti kansiin, ja siksi kansien suunnitteluun meni suhteessa enemmän aikaa kuin sisäsivujen suunnitteluun. Sisäsivuja suunnitellessa aika meinasi loppua kesken, sillä sisäsivuilla oli yllättävän monta huomioitavaa asiaa. Esimerkiksi leipätekstikokeilujen ja taittoversioiden määrä jäi niukaksi. Minun olisi myös kannattanut tehdä graafista ohjeistoa limittäin kirjan suunnittelun kanssa. Ohjeistuksen tekeminen alusta loppuun yhdellä kertaa on melko raskasta.

Workshop-tilaisuutta varten olisin voinut laatia tarkemmat kysymykset, sillä vastauksia tuli eri kysymyksiin limittäin. Siksi niitä olikin analysoitaessa vaikea jäsentellä ja tulkita. Vastausten analysointia vaikeutti myös se, että jotkut vastaajista olivat vastanneet kysymyksiin laajasti ja jotkut taas melko suppeasti.

Produktiivisen osuuden tekeminen verotti jonkin verran kirjallisen työn tekemiseen käytettyä aikaa. Etenkin suunnitteluprosessin kuvaukseen olisin halunnut käyttää huomattavasti enemmän aikaa. Suunnitteluprosessin kuvaus jäikin mielestäni aika suppeaksi.

Yhteistyö kustantajan kanssa opinnäytetyön tekemisen aikana oli kaiken kaikkiaan hyvää. Vierailu Kustannus Oy Uusi Tiellä Ryttylässä helmikuun aikana oli hyödyllinen, ja vierailun aikana sainkin paljon hyvää tietoa opinnäytetyötä varten. Yhteydenpito kustantajan kanssa toimi hyvin myös sähköpostin välityksellä.

## LÄHTEET

- Goldenberg, C. 1993. Design and typography of children's books. Horn book magazine 69 (5), 559-567
- Genette, G. 1982. Narrative Discourse. An Essay in Method. Oxford: Oxford University Press.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. 13. uud. p. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Häkkinen, P. 2013A. Vastaava kustannustoimittaja. Kustannus Oy Uusi Tie. Haastattelu 18.10.2013.
- Häkkinen, P. <xxxxxx.xxxxxx@xxxxxxx.com> 16.12.2013B. Yllättävät eväät. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti] Vastaanottaja: Pekka Kurki. [Viitattu 2.4.2013].
- Häkkinen, P. 2014A. Vastaava kustannustoimittaja. Kustannus Oy Uusi Tie. Haastattelu 21.2.2014.
- Häkkinen, P. <xxxxxx.xxxxxx@xxxxxxx.com> 21.3.2014B. Vastaukset oppariin. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti] Vastaanottaja: Jenni Kurki. [Viitattu 2.4.2013].
- Itkonen, M. 2003. Typografian käsikirja. 3. uud. p. Helsinki: RPS-Yhtiöt.
- Kustannus Oy Uusi Tie. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Ryttylä: Kustannus Oy Uusi Tie. [Viitattu 2.4.2014]. Saatavana: <http://uusitie.com/kustannus-oy-uusi-tie/>
- Lehtonen A. 2004. Kirja artefaktina: Kirjan kannet. Teoksessa: T. Makkonen (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Tampere: Suomen Kustannusyhdistys, 251-261.
- Loiri, P. & Juholin, E. 1998. Huom!: Visuaalisen viestinnän käsikirja. 2. uud. p. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Manninen, K. 1987. Kirjoittajan opas. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Meggs, P. 1992. Type & Image. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Mäkelä, L. 2010. Kuvakirjan tuotanto. Metropolia Ammattikorkeakoulu. Kulttuurialan yksikkö, viestinnän koulutusohjelma. Julkaisematon.
- Nikolajeva, M. & Scott, C. 2006. How Picturebook Work. New York: Routledge.

Pohjola, J. 2003. Ilme: visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Poikolainen, L. (toim.) 1994. Design management – yrityskuvasta kilpailuvaltti. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Rättyä, K. 2001. Kirjan kansikuva peritekstinä. Teoksessa: K. Rättyä & R. Raussi (toim.) Tutkiva katse kuvakirjaan. Helsinki: BTJ Kirjastopalvelu Oy. 177-195.

Termit. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. [Viitattu: 16.4.2014] Saatavana:  
[http://www.taik.fi/palvelut/future\\_home\\_institute/tutkimus/termit.html](http://www.taik.fi/palvelut/future_home_institute/tutkimus/termit.html)

Vuokko, P. 2002. Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Wetzer, H. 2000. Värivaaka. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

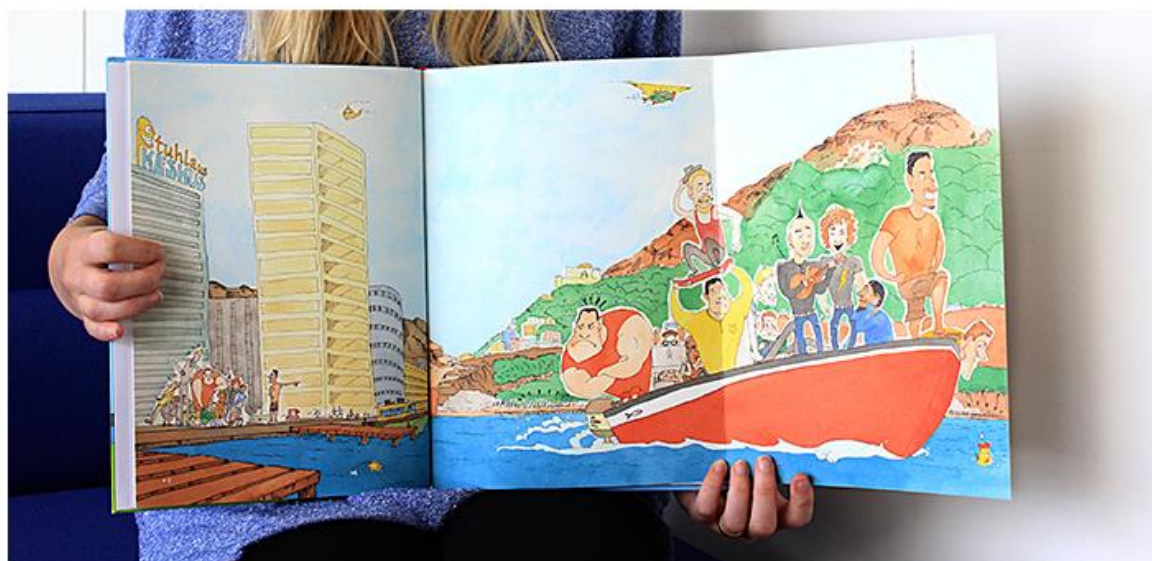
## LIITTEET



## LIITE 1 Vanha kansi



## LIITE 2 Kirjan ekstrasivujen toiminta



## LIITE 3 Webropol-kyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot

### Lastenkirjasarja-kysely

Kyselyn tarkoituksena on selvittää mielikuvia ja mielipiteitä Raamattu-aiheisen Mestarin messissä -kirjasarjan kannesta.

**1. Sukupuoli \***

- ☐ Nainen  
☐ Mies

**2. Ikä \***

- ☐ 7-16 vuotta  
☐ 17-25 vuotta  
☐ 26-35 vuotta  
☐ 36-45 vuotta  
☐ 46-65 vuotta  
☐ 66+ vuotta

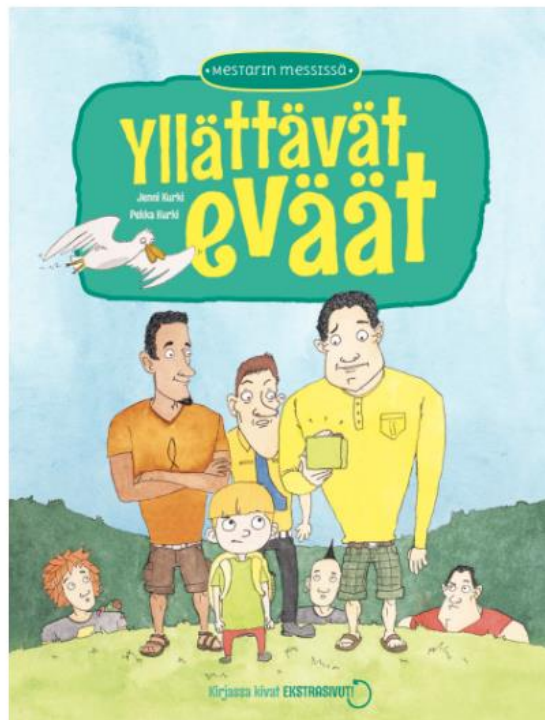
**3. Kuinka usein ostat lastenkirjoja? \***

- ☐ Yli 5 lastenkirjaa vuodessa  
☐ 1-4 lastenkirjaa vuodessa  
☐ Satunnaisesti  
☐ En koskaan

**4. Jos ostat lastenkirjoja, niin kenelle/keille niitä ostat? Voit valita monta vaihtoehtoa.**

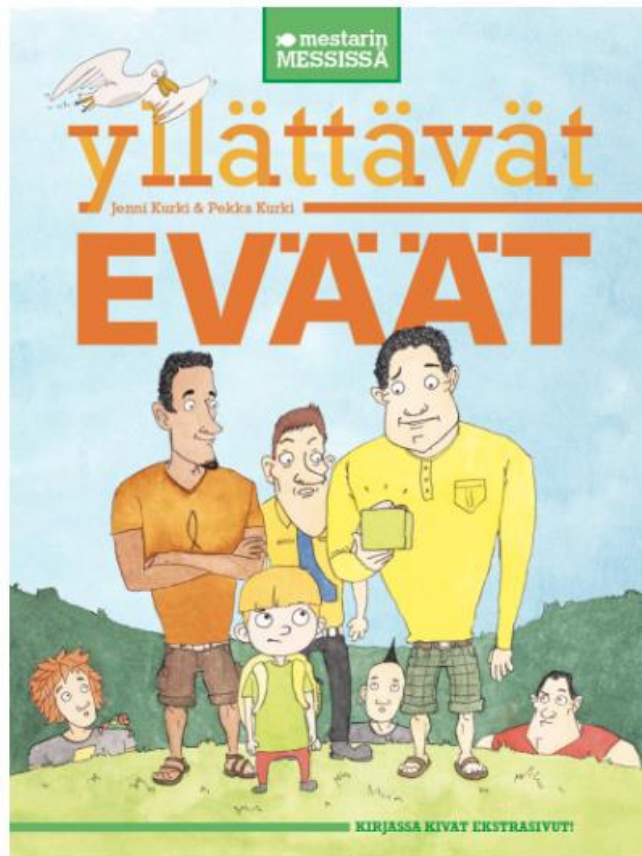
- ☐ Omalle lapselle  
☐ Lapsenlapselle  
☐ Sukulaislapselle  
☐ Kummilapselle  
☐ Ystävän/tutun lapselle  
☐ Jollekin muulle, kenelle?

**5. Mikä kolmesta kansivaihtoehdosta miellyttää sinua eniten? \***



1.





2.



3.

6. Mitä mielikuvia valitsemasi kansi (kysymys 5.) sinussa herättää? Valitse mielestäsi kolme parhaiten kantta kuvaavaa sanaa. \*

- ☐ Yllättävä
- ☐ Selkeä
- ☐ Pelkistetty
- ☐ Maanläheinen
- ☐ Informatiivinen
- ☐ Tylsä
- ☐ Rohkea
- ☐ Räväkkä
- ☐ Halpa
- ☐ Perinteinen
- ☐ Sekava
- ☐ Humoristinen
- ☐ Halventava
- ☐ Vanhanaikainen
- ☐ Tunnistettava
- ☐ Raikas
- ☐ Moderni
- ☐ Leikkisä
- ☐ Kaupallinen
- ☐ Erottuva
- ☐ Pirteä
- ☐ Muu, mikä?

7. Mistä kansiehdotuksesta (kysymys 5.) tulee selvimmin esille, että kirja on osa kirjasarjaa? \*

- ☐ 1.
- ☐ 2.
- ☐ 3.

8. Mikä kolmesta logovaihtoehdosta sopii mielestäsi parhaiten Raamattu-aiheiselle lastenkirjasarjalle? \*



1.



2.



3.

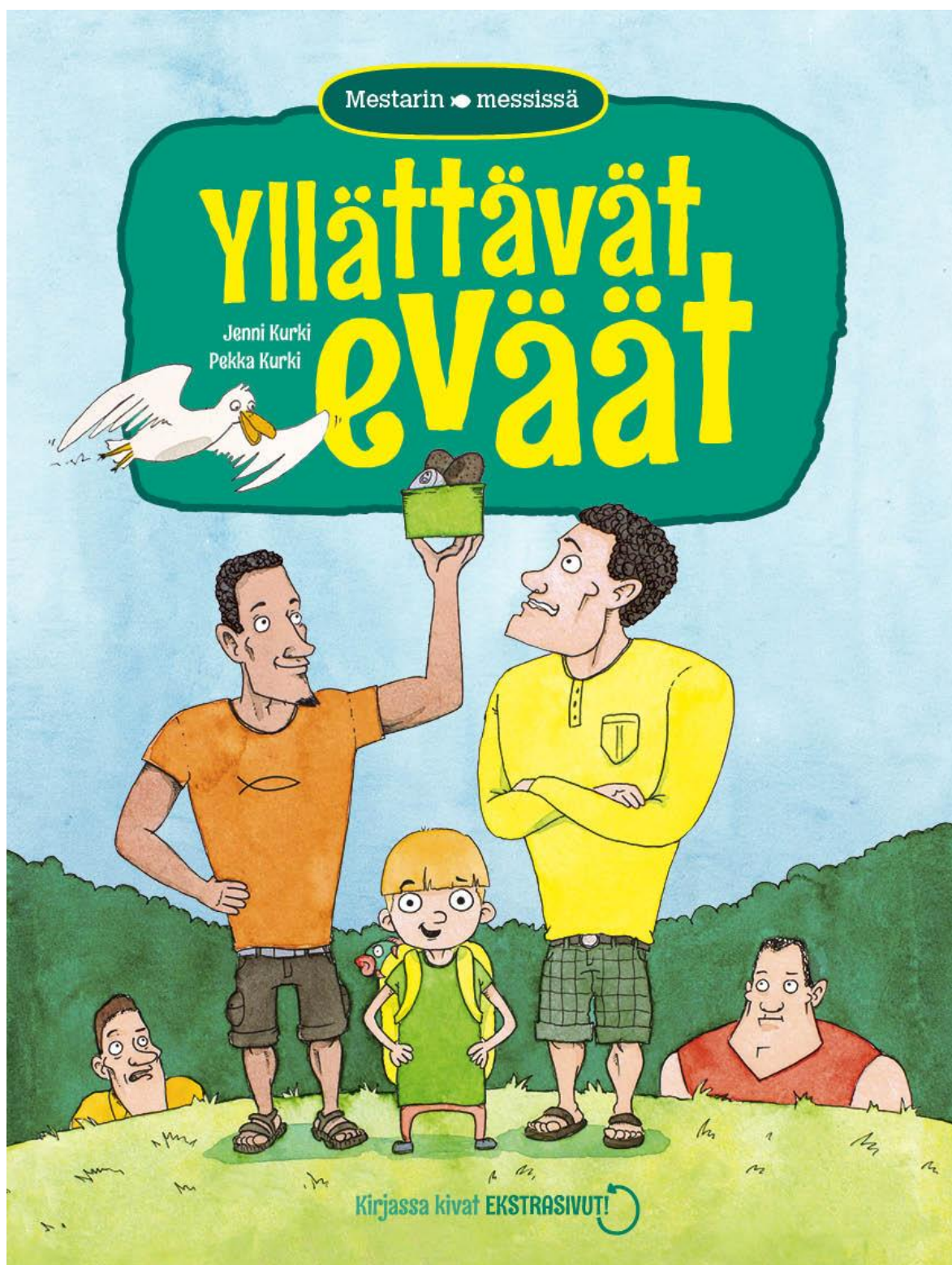
9. Jos haluat osallistua Mestarin messissä -sarjan Yllättävät eväät -kirjan arvontaan, kirjoita sähköpostisi alla olevaan kohtaan.

Sähköposti

Arvonnan voittajalle lähetetään sähköpostilla tieto huhtikuun aikana.

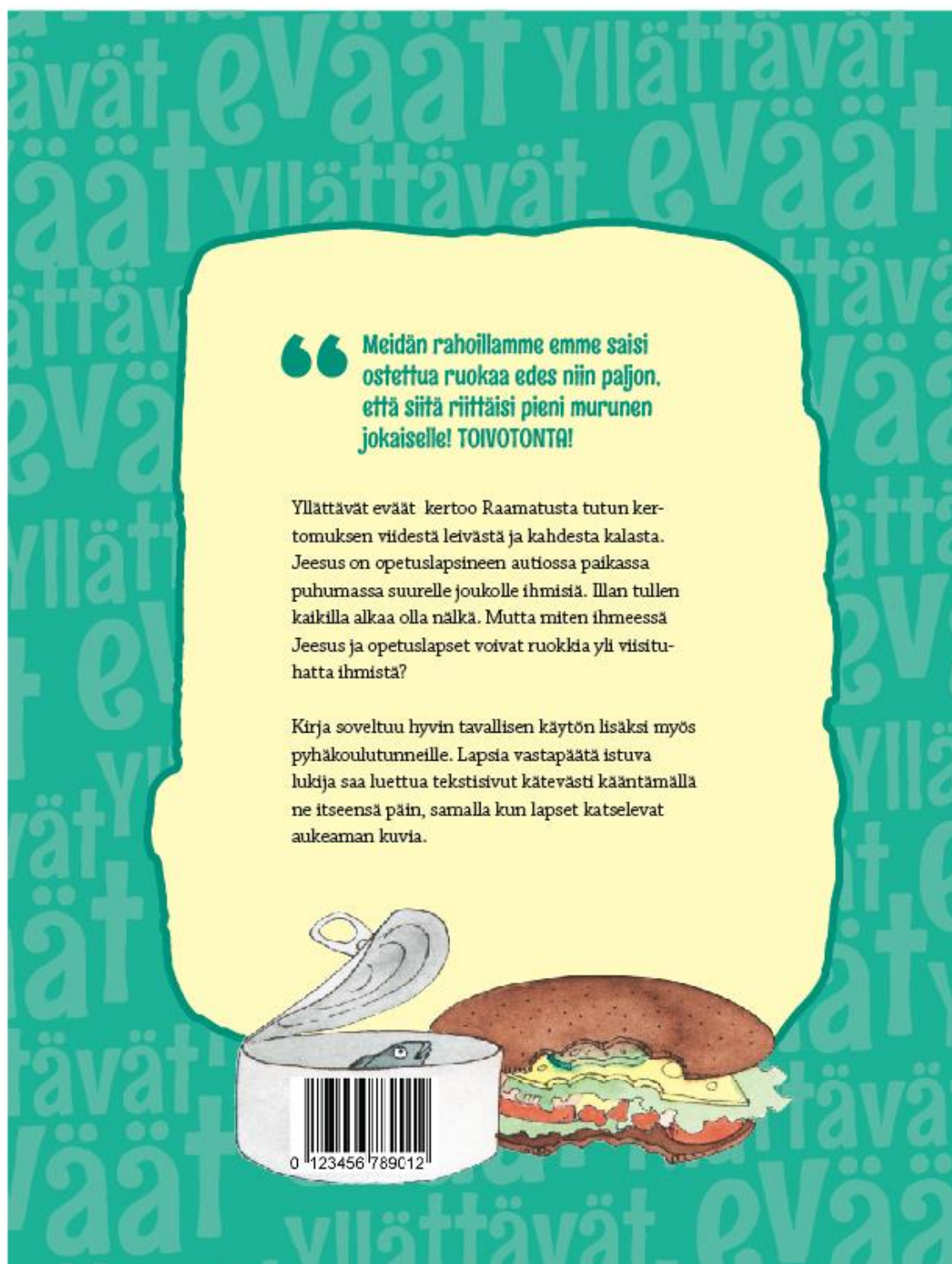
Kiitos ajastasi!

## LIITE 4 Lopullinen etukansi

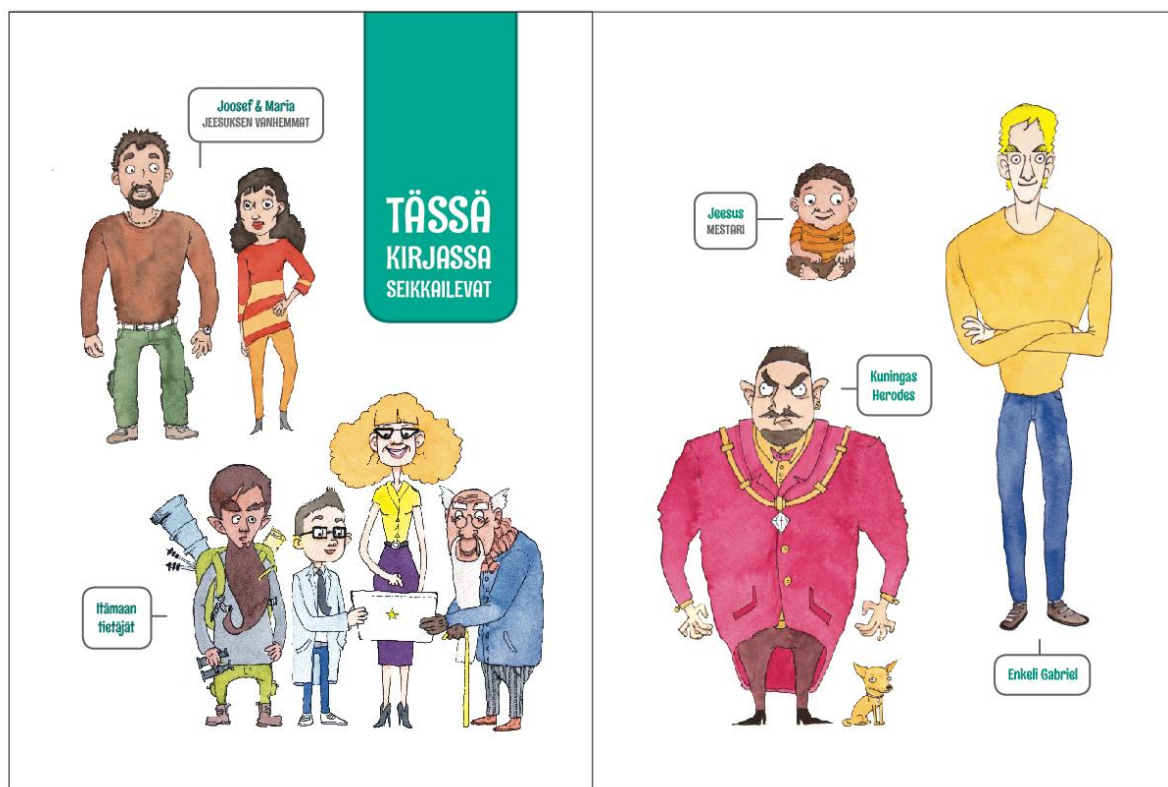




## LIITE 5 Kirjan takakansi



## LIITE 6 Kirjan sisäsivun taitto



**S**inä päivänä Jeesuksen opetuslapset olivat taatusti väsyneimpiä ihmisiä koko Galilean maakunnassa. Jeesus oli lähettänyt heidät kertomaan ihmisille Jumalasta ja antanut heille voiman parantaa sairaita. Tätä he olivat tehneet päiväkausia ja olivat nyt selvästi unen tarpessa. He olivat vähällä nukahtaa tämän tasta. Siksi Jeesus ehdotti, että he lähtisivät veneellä järven toisella puolella olevaan autoon paikkaan levähtämään.

Puolessavälissä matkaa Pietari huokaisti:  
– Voi, se siitä lepotausta!  
Hän oli huomannut rannoilla kirnaavat suunnattoman suuret joukot, jotka selvästi seurasivat heitä. Mitä oli tapahtumassa?

